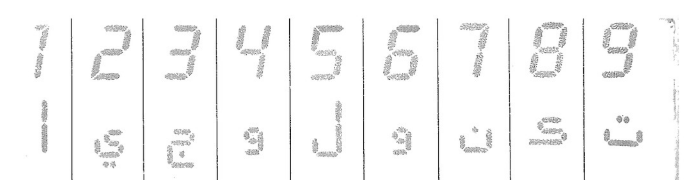
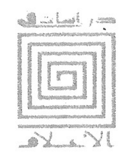
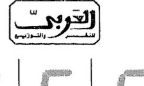


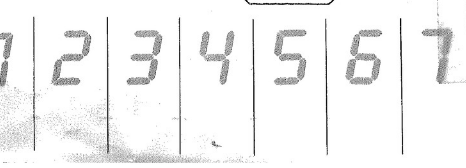


تكنولوجيا الاتصال والثقافة

(بين النظرية والتطبيق)

د. عبدالفتاح عبدالنبى





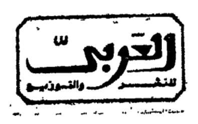
تكنولوجيا الاتصال والثقافة

بين النظرية والتطبيق

دكتور

عبد الفتاح ابراهيم عبد النبي

٠١٠٩٣



بسم الله الرحمن الرحيم

مقـــدمة

مما لا شك فيه ، اننا نعيش عصر الاتصـــال ، وهذا العصر يتميز بتطور هائل فى التكنولوجيا وبتفجر المعلومات وتدفقها بصورة لم يألفها او يكن يحلم بها الجنس البشرى من قبل . فالثورة الاتصـــالية التى يشهدها عالم اليوم تنطوى على امكانيات غير محددة لتعاظم وتوالد المعرفة والمعلومات والاسراع فى نشرها وتداولها ، وفى طرح تأثيراتها الثقافية فى صورة ملحة . وقد لا يجد الفرد فى المجتمع مهربا او ملاذا ليحمى ذاتيته فى وجه تلك التأثيرات المتتالية والمتعاظمة ، ومن الصعوبة بمكان تصـــور انســـان حقبة التسعينيات يعيش فى عالم اليوم دون ان يتأثر بدرجة او بأخرى بتقنيات الاتصـــال الحديثة .

ومع هـــذه الثورة الاتصالية ، والتى قاربت ذروتها مؤخرا من خلال البث التليفزيونى المباشر والوشيك عبر الأقمـــار الصـــناعية وتزايد المخـــاوف من التأثيرات الثقافية لهذا التطور التكنولوجى على المجتمعات المحلية ، أعيد طرح قضية العلاقة بين الاتصال والثقافة ، وتزايد الاهتمام بهذه القضية مؤخرا ، سواء على صفحات الصحف والمجلات المتخصصة ، او من خـــلال الندوات والاجتماعات العـــامة ، التى عقدت لمنـــاقشة قضـــايا التبعية الثقـــافية ، والغزو الثقافى وحمـــاية الذاتية الثقافية ازاء التهديدات التى تحملها تقنيات الاتصـــال الحديثة .

بيد ان المتتبع لســـير المناقشات فى هـــذا الجانب وللآراء والافكار التى طرحت خلالها ، يلاحظ غلبة الأحكام الانطباعية والذاتية الشديدة فى عرض ومناقشة هـــذا الموضوع وتحليل العلاقة بين الاتصـــال والثقافة ، وتفاوت الآراء فى هـــذا المجال بين التهوين الشـــديد من تأثير تكنولوجيا الاتصـــال الحديثة على الثقافة المحلية ، والتهويل المفرط من تأثير هذه التكنولوجيا ، بين من يرى فى البث المباشر مثلا اثراء للثقافة المحلية ، وأن هذه الثقـــافة بحكم

ميراثها التاريخى والحضارى قادرة على استيعاب وتطويع كل ما هو وافد او غريب ، وبين من يرى عكس ذلك ، ويؤكد مخاطر هـذا البث على الثقافة المحلية ، وتدمير جهـود التنمية . وبين هذا وذاك تغيب الموضوعية والرؤية العلمية ، التى تستند على البيانات والمشاهدات الواقعية .

لذلك رأينا ، ان يأتى اسهامنا فى المناقشات الدائرة فى هـذا المجال من خلال دراسة ميدانية نسعى من خلالها للحصول على بيانات واقعية تسـاعد على فهم افضل لأبعـاد العلاقة بين الاتصال والثقافة والوقوف على حقيقـة التاثيرات الثقافية التى ترتبت حتى الآن على دخـول وانتشـار تكنولوجيا الاتصـال الجديدة فى المنـاطق المحليـة وبالذات فى القرية المصرية ، محل اهتمامنا العلمى ، والتى شهدت فى السنوات الأخـيرة تغـيرات اجتمـاعية وثقافية واضـحة من المفيد ان نقف على اسـهام تقنيات الاتصال فيها .

لقد انتشرت تكنولوجيا الاتصـال الحديثة فى مجتمع القرية ، واصبح لا يكاد يخلو بيت واحد من بيوت القرويين من وسـيلة اتصالية او اكثر ، حيث توجد وبكثافة ملحوظة أجهزة الراديو والتليفزيون والجرائد والمجلات والفيديو واجهزة التسجيل ومكبرات الصـوت والتليفون . واصبح السؤال يطرح وبالحـاح عن الطريقة التى يتعامل بها القرويون مع اجهزة الاتصـال الحديثة . وحقيقـة التاثيرات الثقافية التى احدثتها هذه الأجهزة فى مجتمع القرية وتأثير ثقـافة القرويين ذاتهـا على عمليات هـذه الأجهزة وطريقـة استخدامهم لها ، وهى تساؤلات مهمـة فى اطـار ما هو مطروح حاليـا من قضـايا على الساحة الثقافية والاعلامية .

وقد كان من المفيد قبل أن نبدأ عملنـا الميدانى مناقشة وتوضيح بعض الجوانب النظرية المرتبطة بموضوع الاتصـال والثقافة حيث عرضنا لمفهوم الاتصـال وأنماطه وعملياته وللمحاولات المختلفة التى بذلت لفهم ودراسة هذه العمليات من خلال فكرة النموذج ، مع تقديم رؤية نقـدية لهذه المحاولات ، والاجتهاد فى تقديم رؤية نظرية بديلة تأخذ فى اعتبارها اوضاع وظروف الواقع المحلى . واعتـم البحث بعد ذلك بمناقشة مفهوم تكنولوجيا الاتصال ولطريقة توظيف هذه التكنولوجيا فى المجتمعات النامية . وعرض للمداخل النظرية المختلفة

لدراســـة وفهم تأثيرات هـــذه التكنولوجيا على ارض الواقع ، ولأوجـــه القوة والضعف فى كل مدخل وانتهت المناقشة فى هـــذا الجانب الى بلورة واضـــحة للمحددات الفاعلة فى تأثير تكنولوجيا الاتصال فى المجتمعات المحلية .

وانتقل البحث بعـــد ذلك ، لمنـــاقشة مفهوم الثقافة وللعلاقة بين هـــذا المفهوم ، ومفهوم الاتصـــال ، ودور الأخير فى مجال الترويج الثقـــافى ، وجرى تسليط الضـــوء هنـــا على قضـــية البث المباشر ، وللتأثيرات المحتملة للثقافات الوافدة عبر تقنيـــات الاتصال الحديثة على الثقافة المحلية .

وقد ســـاهم كل ذلك ، فى تعميق الرؤية النظرية للبحث ودعم قدرته على على بلورة الاطـــار النظرى الذى جرى على ضـــوءه تحديد أهـــداف البحث وصياغة تساؤلاته ، وتصـــميم أدواته المنهجية بصورة أفضل ، والتى انعكست فيما خلص اليه العمل الراهن من نتائج ميدانيـــة مهمة ، نأمل ان تكون مفيـــدة للمهتمين بقضـــايا الاتصـــال والثقافة فى مصر والعالم العربى .

عبد الفتـــاح عبد النبى

فى ١٩٩٠/٥/١٧

الفصل الأول

الاتصال (المفهوم والعملية)

الفصل الأول

الاتصال (المفهوم والعملية)

اذا كان العمل الراهن ينهض لبحث العلاقة بين تكنولوجيا الاتصال والثقافة ، فان بحث هذه العلاقة وفهم أبعادها وجوانبها المختلفة ، يستوجب التعرض لبعض التساؤلات التى تثار بداية حول ماهية الاتصال الذى نقصده ، وطبيعة عملية الاتصال وانماطها ومهمة هذا الفصل هى مناقشة هذه الجوانب ومحاولة بلورة رؤية واضحة حولها تكون منطلقا لفهم عمليات الاتصال ومناقشة الآثار المترتبة عليها على الثقافة المحلية وهو الهدف الاساسى من وراء هذا العمل .

١ ـــ مفهوم الاتصال :

اصبح مفهوم الاتصال من المفاهيم المحورية فى تراث العلوم الانسانية ومناقشاتها حيث ظهرت فى العقود الأخيرة العديد من الكتابات المتخصصة فى الاتصال او متضمنة له فى ثناياها . بيد أن المتتبع لهذه الكتابات ، يلاحظ أن المصطلح يأخذ معانى متباينة لدى اصحاب التخصصات المختلفة . كما أن استخدامه يتراوح بين التضيق الشديد أحيانا والتوسع الشديد ؛ ففى حين يقصر البعض استخدام الاتصال على مجال النشاط الانسانى يمتد هذا الاستخدام لدى البعض الآخر ليشمل دراسة جميع أشكال النشاط بما فيها الاتصال بين الحيوانات بل وحتى أحيانا الآلات(١) .

ويتناول الباحثون فى مجال علم النفس الاتصال باعتباره نسقا جماعيا يؤثر بطريقة أو بأخرى فى العلاقات المتبادلة بين اعضاء الجماعة وآرائهم واتجاهاتهم ، فنجد باحثا مثل « وارن » (Warren) يعرف الاتصال بأنه :« نقل انطباع أو تاثير من منطقة الى أخرى دون النقل الفعلى لمادة ما أو انه يشير الى نقل انطباعات من البيئة الى الكائن وبالعكس أو بين فرد وآخر »(٢) .

---

(١) ابراهيم امام ، **الاعلام والاتصال بالجماهير** ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٨١ ، ص ٣٧٦ .

(٢) أنظر :

Wibur Schramm, **Men, Messages and Media,** New York, Harpers & Row Publishers, 1973, P. 3.

ووفقا لهذا الفهم ، فان أى تغيرات تحدث داخل الكائن الحى نتيجة لمؤثر ما سواء كان داخليا أو خارجيا،فانه يعنى أن ثمة اتصال قد وقع .

وينظر علماء الاجتماع ، الى الاتصال باعتباره ظاهرة اجتماعية وقوة رابطة (binding force) لها دورها فى تماسك المجتمع وبناء العلاقات الاجتماعية . وهنا يؤكد (شرام) : « أن المجتمع الانسانى يقوم على مجموعة من العلاقات قوامها الاتصال ، وأن ما يجمع الأفراد ليس قوى غيبية أو سحر أو قوى مطلقة وانما هى علاقات الاتصال(١) . التى هى ضرورة من ضرورات الحياة الاجتماعية ذاتها ، وفى هذا الاطار يعرف « أحمد أبو زيد » الاتصال بأنه : « العملية التى يتم بمقتضاها تكوين العلاقات بين أعضاء المجتمع بصرف النظر عن حجم هذا المجتمع وطبيعة تكوينه وتبادل المعلومات والآراء والأفكار والتجارب فيما بينهم »(٢) . وهو ذات الفهم الذى يقدمه « محمود عوده » الذى عرف الاتصال بأنه : « العملية أو الطريقة التى تنتقل بها الافكار والمعلومات بين الناس داخل نسق اجتماعى معين يختلف من حيث الحجم ومن حيث محتوى العلاقات المتضمنة فيه »(٣) . بمعنى أن هذا النسق الاجتماعى قد يكون مجرد علاقة ثنائية نمطية بين شخصين أو جماعة صغيرة أو مجتمع محلى أو مجتمع قومى أو حتى مجتمع انسانى .

ويعرف الاتصال فى التربية — كما يرى « جون ديوى » بأنه عملية مشاركة فى الخبرة بين شخصين أو أكثر حتى تعم هذه الخبرة وتصبح مشاعا بينهم يترتب عليه حتما اعادة تشكيل وتعديل المفاهيم والتصورات السابقة لكل طرف من الأطراف المشتركة فى هذه العملية(٤) . وهنا نجد «ديوى» يؤكد على معنيين فى فهمه لماهية الاتصال هما :

١ — الخبرة .
٢ — المشاركة فى الحصول على الخبرة .

---

(١) انظر فى ذلك : Wibur Schramm, **ibid**, P. 5.

(٢) انظر فى ذلك :

أحمد أبو زيد ، **الاتصال** ، عالم الفكر ، المجلد الحادى عشر ، العدد الثانى سبتمبر ، ١٩٨٠ ص ٥ .

(٣) انظر فى ذلك :

محمود عوده ، **أساليب الاتصال والتغير الاجتماعى** ، القاهرة ، مكتبة سعيد رأفت ، جامعة عين شمس ، ١٩٨٣ ص ٥ .

(٤) انظر فى ذلك :

John Dewey, **Democracy and Education, An introduction to the philossophy of Education,** The Macmillan Company, N.Y., 1959, P. 31.

فعملية التــدريس ليست مجرد التقاء مدرس بطلبتــه وتقديمـــه لبعض المعلومات ولكنهــا لقاء خبرتين حول موضوع الدرس خبرة المدرس التى اكتسبها بعد أن مر بمواقف متعددة أكسبته خبرة غنية متكاملة حول الموضوع الذى يقوم بتدريسه ، وخبرة التلميذ التى اما انهــا معدومة أو جزئيــة ولكنهــا فى اغلب الأحيـــان لا تســـــاوى خبرة المدرس . ومن الضرورى على المدرس أن يهيىء للتلميذ الفرصـــة لكى ينمى مجال خبرته حتى تشبه خبرته أو تقترب منها وهنــا يتحقق الاتصال ويتم التفاعل بينهما(١) .

هذا المعنى الذى يقدمه « ديوى » للاتصال فى مجال التربية يطرحه ايضا « كيرث ليفن » وان كان بصورة تبدو مختلفة ، حيث يرى « ليفن » أن الاتصال هو العملية التى يمكن بواسطتها نقــل التغير الذى يحدث فى احدى منـــاطق المجـــال السلوكى الى منطقـــة اخرى ، ويقـــال عن اى منطقتين فى المجـــال أنهما متواصلتان اذا كان التغير فى حالة احداهما يترتب عليه حدوث تغـــير فى حـــالة أخرى(٢) .

وفى علم السياسة ، أصبح مصطلح الاتصـــال يتردد كثـيرا فى كتـــابات الباحثين فى هذا العلم ، باعتباره مفهوما محـــوريا لا يقتصر فهمـــه فقط على اســـاس أنه مجرد وظيفة للنظم السياسية ، أو نظاما يرتبط بعلاقات متبادلة مع النظم السياسية والثقافية والاجتماعية ، وانمـــا ايضا باعتبار أن الاتصال هو المـــادة التى تتكون منهـــا العلاقات الانسانية وهنـــا تصـــبح دراســـة الاتصـــال ذات مغـــذى كبير فى اطـــار العملية الســـياسية على اختـــلاف مجالاتها(٣) .

وفى مجال الاعلام ، تزايدت فى العقود الاخيرة غزارة استخدام البـــاحثين فى كتاباتهم لمصطلح الاتصـــال ، وعادة ما يظهر المصطلح فى الكثير من هـــذه الكتابات مقرونا بكلمة اخرى من قبيل : الاتصـــال الاعلامى ، الاتصال المباشر ، الاتصـــال بالجماهير ، الحق فى الاتصال ، ديمقراطية الاتصـــال ، وســـائل الاتصال ، علم الاتصـــال ... الخ ، وطرحت فى هذا الصـــدد مجمـــوعة من

---

(١) حسين حمدى الطوبجى ، التكنولوجيا والتربية ، الكويت دار القيـــم ، ١٩٨٨ ص ٣١ .

(٢) زيدان عبد الباقى ، **وسائل واساليب الاتصال** ، القاهرة ، دار غريب للطباعة ، ١٩٧٩ ص ٣١ .

(٣) عبد الغفار رشـــاد ، **دراسات فى الاتصال** ، القـــاهرة ، مكتبـــة نهضة الشرق ، ١٩٨٤ ص ٤ .

التعريفات المتباينة للاتصـــال لا بأس من التعرض لبعضـــها لفهم توجهـــاتها ومدلولاتها ومصدر التناقض فيها :

ــ **الاتصـــال** : هو بث رسائل واقعية أو خيالية موحدة على أعداد كبيرة من النـــاس يختلفون فيمـــابينهم من النواحى الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية وينتشرون فى مناطق متفرقة(١) .

ــ **الاتصـــال** : هو النشاط الذى يستهدف تحقيـــق العمومية أو الذيوع أو الانتشار أو الشيوع أو المألوفية لفكرة أو موضوع أو منشأة أو قضية عن طريق انتقال المعلومات أو الافكار أو الاراء أو الاتجاهات من شخص أو جماعة الى أشخاص أو جمـــاعات باستخدام رموز ذات معنى موحـــد ومفهوم بنفس الدرجة لدى كل من الطرفين(٢) .

ــ **الاتصال** : هو العملية التى يتفاعل بمقتضاها متلقى ومرسل الرسالة فى مضـــامين اجتماعية معينة ، وفى هذا التفاعل يتم نقل أفكار ومعلومات بين الافراد عن قضية معينة أو معنى مجرد أو واقع معين(٣) .

ــ **الاتصال البشرى** : هو علاقة متبادلة بين المرسل والمســـتقبل وأن كلا منهما يقوم بعمل المرسل والمستقبل فى آن واحد ، وذلك بالنسبة لنفســـه وبالنسبة للآخر(٤) .

وواضـــح من مثل هذه التعريفات وغيرها درجة التباين فى تحديد أساتذة وخبراء الاعلام لمـــاهية الاتصال ، ويعود هذا التباين ــ فى تقديرنا ــ الى عدم وجود أرضية مشتركة ينطلق منها الباحثون فى هذا المجال لتحديد مدلول الكلمة، ويمكن هنـــا أن نرصد عاملين :

الأول : لا يوجد ثمة اتفـــاق مسبق عند تعريف الاتصال على حجم نسق الاتصال المعنى بالتعريف ، ويؤدى ذلك كمـــا هو واضح من التعريفات السابقة

---

(١) ابراهيم امام ، الاعلام والاتصـــال بالجمـــاهير ، **مرجع ســـابق** ، ص ٢٧ .

(٢) سمير حسين ، **الاعلام والاتصال بالجماهير والرأى العام** ، القاهرة ، عالم الكتب ، ١٩٨٤ ص ٢١ .

(٣) جيهان شتى ، **الأسس العلمية لنظريات الاعلام** ، القاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٧٨ ص ٥٣ .

(٤) انشراح الشـــال ، مدخل فى علم الاجتماع الاعلامى ، القاهرة ، مكتبة نهضة الشرق ، ١٩٨٥ ص ٧٣ .

الى من يفهم الاتصال باعتباره اتصـــال بالجماهير الغفيرة ، ومن ثم فهو لديه بث رسائل الى هذه الجماهير ، أو تحقيـــق الذيوع والعموميـــة لفكرة ما بين قطاعات الجماهير المختلفة أو من يفهم الاتصال على أنه لقـــاء أو تفاعل بين شخصين وبالتالى فهو عملية تفاعل بين مرسل ومتلقى أو تبادل للمعلومات بينهمـــا فى آن واحـــد .

والثـــانى : يوجد خلط وعدم تمييز عادة بين العمليـــة التى يتم منخلالها الوصول الى الطرف الآخر وابلاغه بمضامين معينـــة وبين فاعليـــة النشـــاط الاتصالى ومدى التجاوب مع عملية الابلاغ ، اى خلط بين مفهوم الاعلام ومفهوم الاتصال . ومن المؤكد ان الحالة الأولى هى « اعلام » ، حيث تسير المـــادة الاتصـــالية هنـــا فى اتجاه واحد . وأن الحـــالة الثانية هى « اتصال » حيث يتحقق التفاعل والتجاوب بين المرسل والمتلقى فى ذات الوقت .

فاذا ما فهم الأمر على أنه تجاوب وتفاعل ومشـــاركة بين طرفين وليس مجرد ابلاغ من طرف لطرف آخر ، فانه يمكن فهم الاتصال على انه :

« العملية المستمرة التى يتم بمقتضاها تكوين العلاقات بين أفراد المجتمع وتبادل المعلومات والآراء والأفكار والتجارب فيما بينهم . وعندما تأخذ هـــذه العملية طابعا جمـــاهيريا والذى يتم من خلال وســـائل تطورت لهذا الغرض ، فان الاتصـــال فى هذه الحالة يفهم على انه النشـــاط الذى من خلاله يتم نقل مضامين اعلامية أو خيالية الى جمهور معين يراد توصيلها اليه وبالوســـيلة التى تكفل تحقيق أفضل تأثير ممكن » .

وبتضمن هـــذا الفهم لماهية الاتصال عدة ملاحظات عن طبيعة الاتصال من المفيد ابرازها هنـــا وهى :

١ — ان الاتصـــال أيا كان حجمه وشـــكله ، فانه عملية ، ومعروف ان العملية صـــفة تطلق على أية ظاهرة تتغير بشـــكل مســـتمر ومتواصـــل خلال فترة من الزمن(١) . وهذه السمة للاتصال محل اتفاق بين الباحثين باعتبار أن الاتصال عملية أساسية فى حياة المجتمع وأن لها عناصرها المتعددة والمتغيرة التى تتفـــاعل معـــا لتحديد كفـــاءة ومصـــير العملية الاتصـــالية ، ويعنى فهم الاتصال كعملية ، أن لهذه العملية ســـمات انسانية أساسية ، فهى مستمرة لا تتوقف أو تتجمد عند نقطة معينة ، وانهـــا على درجة عاليـــة من المرونة والديناميكية ، وأنهـــا قد تدور حول حادثة أو واقعة معينة ، ومع ذلك لا تحددها ولا تقيدها حدود اللهم الاتصـــورات وادراكات الاطراف المشـــاركة فى العملية

---

(١) أحمـــد أبو زيد ، الاتصـــال ، مرجع سابق ص ٥ .

رأنه متى بدأت هـــذه العملية فانه لا يمكن القيـــام بها مرة أخرى أو اعادتها على نفس النحو لأنه لا توجد بداية واضحة محددة أو نهاية حاسمة لهـــذه العملية(١) .

٢ — ان التفاعل المتبـــادل بين طرفى الاتصال عنصر مهم لتمييز الاتصال حيث يشير التفاعل هنـــا الى أننا لسنا ازاء عملية نقل من جانب واحد وانما ازاء تبـــادل مشترك للمؤثرات المتوالية أو توجه متلازم لكل شخص متواصل نحو الأشخاص الآخرين ونحو موضوع تفاعلهم الاتصالى(٢) .

٣ — أن هنـــاك فرق بين عملية الاتصـــال كعملية دينامية ومتغيرة وبين مـــادة الاتصـــال ، فمـــادة الاتصال تختلف وتتباين من حيث الموضوع ومن حيث الهدف ، كمـــا أن النشـــاط الاتصـــالى لا عـــلاقة له بتوصيل المعنى ، لان المعانى لا يتم نقلها أو توصيلها وانمـــا الرسائل هى التى يتم نقلها وتبادلها بين أطراف الاتصـــال وتأخذ عـــدة أشـــكال أو تمر فى عـــدة قنـــوات لذلك كالصور أو الموجات الصوتية أو المرئية أو اللغـــة المكتوبة أو المسموعة وليس فى هذه الرســـائل معنى فى حد ذاتها ، ولكن المعنى والدلالة لهذه الرســـائل تحدث عند مستقبل الرســـالة ، فهو الذى يفك رموزها وهو الذى يكون لهذه الرسالة معنى ، وهو الذى يعطى للالفاظ دلالتها (٣) .

٤ — أن اللغة عنصر فاعل فى تحقيق الاتصـــال ، بل هى اداة الاتصال الرئيسية ، فهى المرآة التىتعكس الفكر ، وتحدد نطاق تفكير الفرد وقدرته على وضع الرموز وفكها ، ولذلك يعرف البعض اللغة بأنها وســـيلة التعبير عن الأفكار وتوصيلها أو تبادلها(٤) فالكلمات ليست الا رمـــوزا تدل على أشـــياء معينة وبذلك فهى تختلف عن مجرد الاصوات التى تصـــدر بغير قصد ولا تحمل فى بعض الاحيـــان على الاقل معنى محددا ، وبقدر ما يملك الانسان ناصية اللغة يكون فى امكانه خلق الاتصـــال وتوصـــيل ما يدور فى ذهنه من افكـــار وآراء أو ما يريد نقـــله من معلومات للاخرين .

---

(١) عبد الغفار رشاد ، دراسات فى الاتصال ، **مرجع سابق** ، ص ٤٨ .

(٢) طلعت منصـــور ، **سيكلوجية الاتصـــال** ، عـــالم الفكر ، المجـــلد الحادى عشر ، العـــدد الثانى ، سبتمبر ١٩٨٠ ص ١٠٧ .

(٣) انظر فى ذلك :

David K. Berlo, **The Process of Communication : an introduction to Theory and Prictice,** Holt, Rinehart and Winston, N.Y, 1960.

(٤) احمـــد ابو زيد ، الاتصـــال ، **مرجع ســـابق** ص ٧ .

ومعروف أن الفرد يكتسب لغته خلال عملية التنشئة الاجتماعية من البيئة التى يعيش فيها ، وان عوامل اجتماعية واقتصادية وسلالية عديدة تتداخل أثناء هذه العملية لتؤدى الى تفاوت أفراد المجتمع فى ادراكهم اللغة وما تحمله من معانى ورموز ، وبقدر تقارب الحصيلة اللغوية ودلالتها لدى طرفى الاتصال وتوحد مجال الخبرة المشتركة بينهما ، ساعد ذلك على اتمام عملية الاتصال فى سهولة ويسر ، والعكس يصبح صحيحا ايضا فى هذه الحالة ، فمعرفة المواطن العربى اللغة الالمانية مثلا تعد شرطا ضروريا لاتمام عملية الاتصال بينه وبين المواطن الالمانى .

ونتيجة للدور البالغ الذى تلعبه اللغة فى عملية الاتصال وتحديد مصيرها ، فان الرقابة التى عادة ما تفرض على أساليب وقنوات الاتصال فى المجتمعات المختلفة كثيرا ، ما تمتد لتشمل ايضا اللغة المستخدمة فى الحديث وتوصيل مادة الاتصال باستخدام الاتصال لغة معينة بطريقة معينة ، بل وانتقاء كلمات والفاظ ومصطلحات معينة بالذات من تلك اللغة لاستخدامها فى مواقف معينة ، تساعد مساعدة فعالة اما فى الابقاء على الأوضاع والقيم السائدة فى المجتمع أو على ادخال قيم وافكار جديدة يراد لها ان تذاع وتنتشر بين افراد المجتمع ، وهذا من شأنه التأثير سلبا او ايجابا على التماسك والتضامن والتكافل فى المجتمع . وهذا ما دعا الباحثين والكتاب الى تأكيد ضرورة توفير جدية التعبير من الفكر وجدية ابداء الرأى خلال عمليات الاتصال .

٥ — عند مستوى العمل الجماهيرى واستخدام الوسائل التكنولوجية كوسيط لنقل المادة الاتصالية يقترب مفهوم الاتصال من مفهوم الاعلام فالاتصال الجماهيرى — على عكس بعض التعريفات السابق عرضها آنفا — لا يعنى فى جميع الاحوال اتصال بمعنى التفاعل والتجاوب والمشاركة فى المعنى وانما قد يأخذ طابع الاعلام بمعنى النقل والتوصيل أو الابلاغ دون شرط التفاعل او التجاوب فالوسائل تنحو نحو اختيار جماهيرها ، كما أن الجماهير تختار من بين الوسائل(١) . فضلا على أن الاستجابة والتجاوب لدى المتعرضين أو المتلقين من افراد الجمهور قد تكون محدودة أو غير واردة فى احيان كثيرة بما يعنى الاتصال لم يكتمل او يتحقق وانه اقتصر على مجرد الاعلام او الابلاغ .

---

(١) وليام ل . ريفرز ، **وسائل الاعلام والمجتمع الحديث** ، ترجمة ابراهيم امام ، القاهرة ، دار الفكر العربى ، ص ٣١ .

٦ — ان القدرة على الاتصال عنصر مهم لفهم الاتصال وضمان تحقيقه وتمييزه عن الاعلام ، ذلك أن التجاوب والتفاعل والمشاركة فى المعنى الذى يميز الاتصال ، يتطلب توافر قدرات متشابهة او حتى متقاربة بين طرفى الموقف الاتصالى المرسل والمتلقى سواء كان ذلك على مستوى الاتصال بين شخصين أو الاتصال الجماهيرى وتدخل هنا اللغة والخبرة ، والمركز الاجتماعى والثقافة والامكانات المادية ... الخ كمتغيرات فاعلة فى تحديد هذه القدرة ، فاذا تدنت هذه القدرة لدى أحد الاطراف (المتلقى مثلا) وهذا امر وارد ومألوف فى الحياة العملية ، وبالذات فى المجتمعات المتخلفة ، انتفى الاتصال ، واصبحت العملية اقرب الى النشاط الاعلامى منه الى الاتصال وهذا ، على ما يبدو ، هو احد الأسباب التى تكمن وراء التمسك الشديد فى المجتمعات النامية بمفهوم الاعلام وتفضيل استخدامه على مفهوم الاتصال ، حيث تتفاوت قدرات الافراد على الاتصال ، وحيث يتم السيطرة على النشاط الاتصالى — كما هو الحال فى الاعلام ، وتوجيهه وجهة معينة .

٧ — ان الاتصال عملية معقدة لها عناصرها المتعددة والمتداخلة ، ابرزها على سبيل التبسيط ، المصدر ، اى الشخص أو الجماعة التى تبادر بارسال الرسالة ويطلق على مثل هذا الشخص او تلك الجماعة مفهوم المرسل أو المتصل ويتولى هذا المصدر مهمة وضع الكود أو ترميز الرسالة . ومحتوى الرسالة أو رموزها ، والأداة اى الوسيط المستخدم فى عملية نقل الرسالة ، والمتلقى او مستقبل الرسالة الذى يتولى مهمة فك الكود وتفسير رموز الرسالة واخيرا الاستجابة التى يعكسها المتلقى بعد الانتهاء من مهمته ويضاف الى هذه العناصر الرئيسية متغيرات اخرى عديدة سعى الباحثون الى وصفها وتحديدها ، سوف نناقشها فيما بعد ، ولكن ما يهمنا هنا هو الاشارة الى اننا لا يمكن أن نفهم جانبا واحدا من هذه العناصر بمعزل عن العناصر الأخرى . كما أن التغير فى أحد هذه العناصر ، قد يؤدى الى تعديل فى الاتصال ككل ، وكما يرى « كولمان ومارش » فان الاتصال قد ينهار أو يصبح عديم الفاعلية عند أى عنصر من هذه العناصر . ومن ثم فان فهما أفضل للاتصال انما يكون وليدا للاهتمام بكل عنصر من العناصر المكونة للاتصال(١) .

(١) أنظر فى ذلك :
Sereno, K., Nortensen, C., **Foundation of Communication Theory**, N.Y. Harper & Row Pub., 1970, P. 5.

ثانيــا : انماط الاتصال وعملياته :

تتعدد قنوات وأنواع الاتصــال وفقا للمعيــار المستخدم فى هذا المجال، وعــادة ما يصنف الباحثون فى المجال الاعلامى الاتصال وفقا لمعيار مركب من عنصرين : حجم الاتصال واداة الاتصال . ووفقا لهذا المعيار يوجد :

(أ) **الاتصال الذاتى :** بمعنى ان المرسل والمتلقى شخص واحد ويتم الاتصال داخل الفرد ذاته ، ويحدث عندما يتحدث الفرد مع نفسه كمــا هو الحال حين يقلب الفرد فى ذهنه افكاره وآراءه الخاصة أو حين يدرس ذاته ويضعها موضع التحليل والنقد والمحاســبة والمواخذة . وهذا النوع من الاتصال يحظى باهتمــام البــاحثين وبالذات فى مجال علم النفس ، حيث يدور الاهتمام هنا حول دراسة عمليات الادراك واكتساب المعانى وتفسيرها والعوامل المؤثرة فى ذلك .... الخ(١) .

(ب) **الاتصــــال الشخصى :** وهو الاتصال الذى يتم بين فردين بصورة مباشرة دون وســيط ، ويمارس الفرد هذا النوع من الاتصــــال فى مجرى الحياة اليومية مع الآخرين من اهله واصدقائه وزملائه حينما يتبادل التحية مع أحدهم أو يتناقش مع آخر فى أمر من أمور الحياة .... الخ . ويطلق البعض على هذا النوع من الاتصــــال الاتصال الطبيعى أو العــادى بين الافراد(٢) . ويميزه فى ذلك عن الاتصال الشخصى الرســمى الذى يتولى خــــلاله احد الافراد الرسميين او مندوبوا التغيير الاتصال بالافراد المحليين بغية اقناعهم بتبنى فكرة أو سلوكا معينــا ترغبه السلطات الحكومية . وتكمن أهمية هذا التمييز فيمــا تشير اليه الابحاث الميدانية بأن الاتصال

---

(١) للوقوف على عرض مفصل لبعض النماذج النظرية التى سعت لفهم هذا النوع من الاتصــــال انظر :

جيهان رشتى ، الأسس العلمية لنظريات الاعــــلام ، **مرجع ســابق** ص ص ٩٣ — ١١٩ .

(٢) صلاح عبد المتعال ، **التنمية الثقافية بين اتصال المشاركة والاعــلام الجمــاهيرى** ، الحلقة الدراسية الثالثة لبحــوث الاعــلام ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية الجنائية ، مــايو ١٩٨٣ ص ١٤ .

الشخصى الطبيعى أو العادى بين الافراد اكثر تأثيرا من الاتصال الشخصى الرسمى(١) .

(ج) **الاتصال الجمعى** : وهو الاتصال الذى يتم بين شخص واحد وبين جماعة محددة من الأفراد يجمعهم مكان واحد أو تربطهم علاقة واحدة أو موضوع واحد كما هو الحال فى الالتقاء مع طلبة مدرسة واحدة . أو أثناء محاضرة أو ندوة(٢) وفى هذا النوع من الاتصال مثلما هو الحال فى الاتصال الشخصى تتحقق المواجهة بين الطرفين المرسل والمتلقى دون وسيط تكنولوجى .

(د) **الاتصال الجماهيرى** : وهو الاتصال الذى يتم بين المصدر (فرد أو مؤسسة) وجماهير غفيرة وغير متجانسة عبر وسيط تكنولوجى، حيث لا يتحقق عامل الموجهة المباشرة ويتسم الاتصال بالتعقيد الشديد .

وقد يكون هناك أشكال اخرى للاتصال مثلماً هو الحال فى الاتصال بين جماعة واخرى أو بين دولة ودولة أخرى أو بين منظمة أو هيئة دولية واخرى محلية أو بين الاحزاب بعضها البعض ... الخ . كما قد توجد أسس أخرى مختلفة لتصنيف الاتصال بخلاف حجم الاتصال وأدواته ، كأن يصنف الاتصال الى نمط منظم ونمط غير منظم(٣) ، ويقصد بالنمط المنظم كل تلك الاجهزة والمؤسسات التى تؤسس وتقام بقصد نقل المعلومات والافكار وتوصيلها الى الناس وهنا تندرج الصحف والاذاعة ، والتليفزيون والسينما ومكاتب تنظيم الاسرة ومؤسسة الارشاد الزراعى تحت نمط الاتصال المنظم أو الرسمى ، بينما يشير النمط غير المنظم الى الانتقال التلقائى للافكار والمعلومات مثلما هو الحال فى انتقال الاخبار والافكار والثرثرات بين الناس فى تفاعلاتهم اليومية الروتينية .

وأيا كانت انماط الاتصال والمعيار المستخدم فى تحديد هذه الانماط ، فاننا سوف نقصر الحديث هنا على نمطى الاتصال الشخصى والجماهيرى

---

(١) نادية سالم ، **اثر التعاون بين وسائل الاعلام واجهزة الخدمات على التنمية الريفية** ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، القاهرة ، ١٩٨١ .

(٢) يوسف مرزوق ، **مدخل الى علم الاتصال** ، الاسكندرية ، دار المعرفة الجامعية ، ١٩٨٨ ، ص ٤٢ .

(٣)محمود عوده ، أساليب الاتصال والتغير الاجتماعى ، **مرجع سابق** ص ٢٦ .

نظرا لاهميتهما بالمنظور الاعلامي من جهة ولاعتقادنا ان كافة انماط الاتصال الاخرى تندرج بصورة أو بأخرى في ثناياهما من جهة ثانية .

١ — الاتصال الشخصي :

يعرف الاتصال الشخصي بانه العملية التي يتجه الاتصال من خلالها الى الافراد أو المجموعات المستهدفة بطريقة مباشرة بحيث يلتقي فيها القائم بالاتصال والمتلقي او المتلقين وجها لوجه في عملية تفاعلية بينهما(١) دون عوامل أو قنوات وسيطة وفي هذه الأثناء ينشأ بين الطرفين علاقة متبادلة ذات اتجاهين يقوم خلالها كل طرف بدور المرسل والمتلقي في نفس الوقت . ومن أمثلة هذا النوع من الاتصال المحادثات اليومية بين أعضاء الاسرة والجيران أو الاصدقاء وزملاء العمل والملقاءات الجماعية والاستشارات والمقابلات والحلقات الدراسية ... الخ .

ويعتبر هذا النوع من الاتصال اقرب اشكال الاتصال او هو الشكل الطبيعي المألوف للاتصال وبالذات في المجتمعات الاقل تقدما وفي المناطق التي تزداد فيها درجة الأمية وانخفاض المستوى الثقافي مثل المناطق الريفية والشعبية ، ويمكن تلمس ذلك في الحياة الفعلية من خلال العديد من المؤشرات من بينها ، ارتفاع درجة التقدير والاحترام من جانب الافراد في المجتمع المحلي للافراد الأكثر ثقافة ويطلب الاستماع الى آرائهم وأفكارهم ، وتاثير نفوذ كبار السن وبعض الفئات المهنية في المجتمع المحلي على الرغم من انخفاض مستواها المعرفي والثقافي .

ويمكن ان نستمد ملاحظاتنا على هذا النوع من الاتصال من خلال معايشتنا لواقعه في مختلف المجالات ، حيث تزداد كثافة ظهور قنوات الاتصال الشخصي في الريف والحضر على السواء ففي الريف تمثل المصطبة الملتحمة بجدران بيوت القرويين موقعا دائما وخصبا لتبادل الآراء والخبرات والاسمار والحكايات بينما يمثل الدوار في بيت العمدة والمندرة في بيوت الاغنياء شكلا آخر لتبادل الاتصال الشخصي . وتلعب القيادات المحلية الرسمية وغير الرسمية دورا تاثيريا مهما خلال هذه اللقاءات .

كما تتزايد الاتصالات الشخصية في المناطق الريفية والبدوية بشكل اساسي في زوايا العبادة والمساجد والوحدات العلاجية والجمعيات

---

(١) صلاح عبد المتعال ، مرجع سابق ص ١٤ .

التعاونية الزراعية والمقاهى ومحلات البقالة والحياكة فضـلا عن مناسـبات الموالد والأفراح ، والمآتم ... الخ .

وعـادة ما تستقى المعلومات والاخبار خلال اللقاءات فى هذه الاماكن من من القيـادات المحلية كوعاظ المساجد ، ونظار المدارس وبعض المدرسـين ومهندسى الرى والزراعة والأطبـاء والمرضات والقابلات وحلاق القرية وبعض دعاة الطرق الصوفية والجماعات الدينية والسياسية فضلا عن العمد والمشايخ وممثلى الحكومة ورجال الأمن ، ومؤخرا اصبحت أجهزة الاعلام مصـدر مهم لتغذية هذه القنوات بالمعلومات والافكار حول مجريات الاحـداث القوميـة العالميـة .

وفى المنـاطق الحضرية ، تتواجد المواقع شبه الدائمة كمجال لممـارسة الاتصال الشخصى مثل المقاهى والنوادى ومواقع تجمعات العمـال فى المصانع ونواديها ومطاعمها وتجمعات الطلاب فى المدارس والجامعات وجمعيات النشاط الاهلى والنقابات العمالية والمهنية ، هذا فضـلا عن دور العبـادة كالمساجد والكنائس . كمـا تتواجد المواقع المؤقتة كتجمعات النوادى لفئات الشباب ، والمبـاريات الرياضية ، وأيضـا مواقع الاتصـال اللحظى الناجمة عن تزاحم المواصـلات وصفوف المجمعات الاستهلاكية وغيرها .

وتجرى عمليات الاتصـال الشخصى أو المواجهى فى شتى اشكال مواقع التجمعات السـابقة ، وهنـاك العديد من الافكار العامة التى تنساب داخل هذه التجمعات خاصـة التى تخفيها وسائل الاعـلام الجماهيرى ، وتختلط بالشـائعات ايضـا النكات ذات الدلالة الاجتماعية والسياسية(١) .

ويتميز الاتصـال الشخصى بعدة سـمات من المفيد هنا ابرازها وهى :

١ — محدودية عـدد الافراد الداخلين فى علاقة الاتصـال حيث يفترض الا يتجاوز عـدد الأفراد هنـا عن (٤٥) فردا ، فاذا زاد من ذلك تعقد الاتصال وزادت كثافة العلاقات المتبادلة واستحال توافر عنصر الموجهـة وسـير المعلومات فى اتجاهين التى تميز الاتصال الشخصى .

٢ — عدم وجود وسـيط تكنولوجى لنقـل الرسالة موضوع الاتصال وسـادة النقل والتوصـيل الرئيسية هنـا هى اللغة التى تحمـل المعـانى والرموز مبـاشرة من والى طرفى الاتصـال .

---

(١) صـلاح عبد المتعـال ، مرجع سـابق ص ١٥ .

٣ — توافر مراقبة مباشرة ومتبادلة بين المرسل والمتلقى نتيجة لتوافر عنصر المواجهة واختفاء الوسيط التكنولوجى ومحدودية العلاقة .

٤ — القدرة على انتقاء المتلقى والظرف الاتصالى عالية ، كما أن قدرة المعلومات المعطاة خلال عملية الاتصال عالية أيضا(١) .

٥ — حدوث ترجيع أثر فورى ومباشر فى الموقف الاتصالى حيث يستطيع المرسل ملاحظة نتائج اتصاله على المتلقين بصورة فورية ومباشرة .

٦ — توافر عنصر التلقائية والمرونة ، كما يصعب تجنب أو تفادى الاتصال الشخصى نتيجة لعلة احتمال توقع الأفراد لمحتواه وبالتالى قدرة هذا النوع من الاتصال على السيطرة على العمليات الانتقائية لدى الجمهور .

٧ — للرقابة الشخصية أهمية بالغة فى هذا النوع من الاتصال لا تقل عن المحتوى أو مضمون الاتصال ذاته ، وقد أوضح « لازر سفيلد » أن الناس يستطيعون جذب بعضهم البعض الى أنشطة متنوعة نتيجة لعلاقاتهم الشخصية وعلى ذلك فان تأثيرهم يذهب الى أبعد من محتوى اتصالاتهم كذلك فان العلاقات الشخصية تستطيع أحيانا أن تؤدى الى حصول الفرد على مكافآت معينة نتيجة لقبوله رسالة معينة أو تؤدى الى العكس بأن تزيد من العقوبات التى قد تلحق به نتيجة عدم قبوله الرسالة .

ونتيجة للبساطة والتلقائية ، والرقابة الشخصية ، والترجيع الفورى والمباشر ، والمرونة ومحدودية أطراف التفاعل التى يتميز بها الاتصال الشخصى ، دأب العديد من خبراء الاتصال والاعلام الحديث عن فاعلية هذا الاتصال وقدرته البالغة على تغيير الاتجاهات ودفع الافراد لتغيير مواقفهم واتخاذ القرار فى الاتجاه الذى يريده المصدر أو مسئولوا التغيير وهو التصور الذى يفتقد الى التأييد الميدانى فى أحيان كثيرة ، ذلك أن الاتصال الشخصى شأنه شأن بقية أنماط الاتصال الأخرى ، محكوم بواقع حضارى وسياقات اجتماعية معينة . فهذا الاتصال قد يتم السيطرة على عملياته وتوجيهها من قبل جماعات القوة والنفوذ فى المنطقة المحلية ، كما هو الحال فى الاتصال الجماهيرى ، كما أن افتقاد مؤهلات معينة لدى أحد طرفى الاتصال(١) . قد يجعل الحوار المفترض أنه يسير فى اتجاهين يسير فى اتجاه واحد من الأقوى على الاتصال الى الأضعف . وهذه الحالة الاخيرة هى التى يتسم بها الغالبية وبالذات فى المناطق المتخلفة — فمثلا الغالبية العظمى

---

(١) سامية محمد جابر ، **الاتصال الجماهيرى والمجتمع الحديث** ، الاسكندرية ، دار المعرفة الجامعية ، ١٩٨٤ ص ١٠٠ .

من القرويين فى مصر — وهـذا نتاج ملاحظات ميدانية مباشرة — تفتقد الاستعداد لتكوين أراء حول المشاكل والاحداث وبالذات البعيدة عن حياتهم اليومية المباشرة ، وعادة ما يتردد على لسان القروى عبارة « لا اعرف » حينما يسأل فى أى حوار مباشر أو مناقشة تتعلق بقضية معينة . كما ينقص العديد منهم الاحساس بالقدرة على مجابهة وتغيير الاطار المجتمعى الذى يعيشون فيه . حيث تسود لدى غالبيتهم نزعة القبول والتقليد والاستسلام والطاعة وليس المجابهة والتحدى ، واذا كان ذلك يعود فى جانب منه الى ميراث تاريخى وواقع حضارى يعيش فى اطاره هؤلاء الافراد ، الا ان المهم هنا ان مجتمعا لا يتوافر لدى غالبية أفراده القدرة على الحوار والمشاركة او الدخول فى علاقات اتصالية ، فضلا عن استغراقهم فى تدبير قوت يومهم من شأنه التأثير على فاعلية قنوات الاتصال الشخصى او قدرتها على احداث التغيير .

بيد أن النقطة الجديرة بالاشارة هنا أن التقدم التكنولوجى فى أدوات الاتصال خاصة الادوات الصغيرة التى تستخدم حاليا فى التخاطب اللاسلكى او بأشرطة التسجيل الصوتية والمرئية الى غيرها من المستحدثات التكنولوجية ؛ كان له تأثيره الأكبر على قنوات الاتصال الشخصى التقليدية حيث أصبحت هذه القنوات اكثر نشاطا وفاعلية من ذى قبل ، كما دعمت من قدرة هذه القنوات على مجابهة وتحدى قنوات الاتصال الاخرى وبالذات الاعلام الجماهيرى المركزى .

وأيا كان الأمر ، بشأن فاعلية الاتصال الشخصى وكفاءته فى مجال التغيير ، فان ثمة اتفاق بين الباحثين على عدد من الافتراضات والقواعد التى لها علاقة بكفاءة هذا النمط من الاتصال وهى :

١ — للسن والمركز الاجتماعى دور مهم فى زيادة فاعلية الاتصال المباشر حيث يميل الأفراد من ذوى العمر والمستوى الاجتماعى الواحد الى تبادل المعلومات مع بعضهم البعض .

٢ — كلما كان القائم بالاتصال أو المصدر جدير بثقة المتلقى أو المتلقين كلما لعب دورا تأثيريا مهما فى مجال نشر المعلومات والاقناع ، حيث ترتفع درجة تأثر افراد الجمهور بمن هم اكثر خبرة وبمن يشعرون بصدق وصحة معلوماتهم .

---

(١) للوقوف على عرض مفصل للمؤهلات الذاتية المطلوبة لكل من طرفى الاتصال ، أنظر :

جيهان رشتى ، الأسس العلمية لنظريات الاعلام ، **مرجع سابق** ص ص ١٤٢ — ١٤٨ .

٣ — تقوم الأسرة بدور بالغ الاهمية فى الاتصال الشخصى وخاصة فى مراحل التنشئة الاجتماعية للاطفال وفى التفاعل مع بقية افراد الأسرة .

٤ — يؤدى التقارب دورا هاما فى عملية التفاعل والتأثير الشخصى وهو ينطوى على بعدين أولهما : التقارب المادى كالتجاور المكانى والقيام باوجه نشاط اتصالى مشابهة .

وثانيهما : التقارب الاجتماعى كالمركز الاجتماعى والاهتمامات أو أسلوب الحياة(١) .

٢ — الاتصال الجماهيرى :

الاتصال الجماهيرى ، هو الاتصال الذى يختفى فيه عنصر المواجهة أو التلاقى المباشر بين طرفى الاتصال ، وتتجه خلاله الرسالة الاعلامية لمخاطبة اعداد غفيرة وغير متجانسة من الجمهور . وعلى ضوء ذلك فان اية وسيلة او اداة يمكن استخدامها لتوصيل رسالة معينة الى اعضاء الجمهور على اختلاف مواقعهم أو انتماءاتهم الاجتماعية والاقتصادية والفكرية تعتبر وسيلة جماهيرية كالراديو والتليفزيون والصحف والسينما والكتيبات واللافتات والملصقات وغيرها ويمكن اجمال ابرز الفروق التى تميز هذا النوع من الاتصال عن الاتصال الشخصى فيما يلى :

١ — العناصر المشتركة فى عملية الاتصال هنا اكثر كثافة وتعقيدا. **فاولا :** المتلقى ليس شخصا أو عدة أشخاص أو حتى آلاف الأشخاص وانما جمهور حاشد قوامه ملايين المستمعين والمشاهدين والقراء بحيث لا يتسنى للقائم بالاتصال أن يبلغ رسالته اليهم من خلال الاتصال المواجهى ويتعامل القائم بالاتصال مع الجمهور باعتباره جماعات وليس افراد كما هو الحال فى الاتصال الشخصى . كما ان اللغة المستخدمة فى الرسالة وموضوع الرسالة والتاثير المرغوب احداثه له صفة جمعية اكثر منها فردية وهذه الجماعات وكذا علاقة الاتصال مشتتة وغير متجانسة ولا تجمعها سوى اهتمام مشترك برسالة خاصة أو نوع من الرسائل

وثانيا : السمة الجمعية للمصدر او الطرف المرسل ، فهو هنا ايضا ليس فردا وانما جماعة منظمة تعمل فى اطار مؤسسة لها قواعدها وتنظيماتها وسياساتها التى تعمل من اجلها . بيد أن هذه الجماعة ، هى الأخرى ، قد تكون غير متجانسة وغير متماسكة على الأقل فى مدى فهم كل عضو فيها لسياسة المؤسسة وتوجهاتها الاتصالية .

---

(١) سمير حسين ، الاعلام والاتصال بالجماهير والرأى العام ، مرجع سابق ، ص ٩٨ .

والمشكل هنا ، أنه بينما ينظر القائمون بالاتصال الى الجمهور نظرة جماعية أو كلية ويتعاملون معه على هذا الاساس ، فان الجمهور ذاته لا تتوافر لديه عادة هذه النظرة عن ذاته ولا تأخذ استجاباته السمة الجمعية ليس فقط لافتقاد التنظيم أو القدرة على التصور وغياب الوسيلة للاستجابة المباشرة ولكن ايضا لأن الشروط الاجتماعية للحصول على استجابة جمعية مفتقدة(١) . ويؤدى ذلك الى عدم توازن أو اتساق العلاقة الاتصالية وميلها باستمرار ناحية المصدر والسير فى اتجاه واحد .

٢ — وجود وسيط تكنولوجى معقد فى عملية الاتصال ، وهذا الوسيط مصمم لتسهيل الاتصال فى اتجاه واحد ، فالصحيفة والمجلة ، والاذاعة ، والتليفزيون والسينما ... الخ لا تتيح التغذية العكسية أو سريان المعلومات فى اتجاهين ، وهى فى أفضل الاحوال تعتمد على الاستجابة الفردية عن طريق البريد ، أو التليفون ، أو الاتصال الشخصى ، أو بحوث الجمهور ، التى عادة ما يكون هدفها تسويقى أو ترويجى قبل اى شىء آخر .

ويترتب على وجود هذا الوسيط التكنولوجى فى الاتصال الجماهيرى آثارا عديدة فمن ناحية يوسع هذا الوسيط نطاق المسافة بين المرسل والمتلقى ويتيح للأخير فرصة الاحتكاك والتفاعل مع اطراف قد لا يستطيع الوصول اليها من خلال القنوات الشخصية ومن ناحية اخرى ، يؤدى وجود هذا «الوسيط» والتباعد بين المرسل والمتلقى (سواء كان تباعد اجتماعى أو مادى) الى اثارة حالة من الغموض لدى المتلقى حول أهداف القائم بالاتصال مما يضيف مزيدا من عدم التوازن فى العلاقة بين الطرفين ، وفضلا عن ذلك ، فان هذا الوسيط أو الفن التكنولوجى المستخدم فى هذه العملية يتميز بارتفاع التكلفة بل وبالسرية احيانا ، كما يتطلب مهارات خاصة ، وبالتالى فهو غير متاح لهؤلاء الافراد الغير قادرين على شرائه أو على استخدامه ، ويتزايد عدد هؤلاء الافراد فى المجتمعات المتخلفة ، حيث يتزايد خضوع اجهزة الاعلام الى نسق القوة السائد فى هذه المجتمعات ، وحيث تتدنى المستويات الاقتصادية والثقافية للغالبية من الافراد .

٣ — يفتقد الفعل الاتصالى فى الاتصال الجماهيرى ، الى خاصية المحاورة negotiability التى تميز الاتصال الشخصى وتجعله اكثر انطلاقا وتلقائية ، وعلى العكس نجد اطراف عملية الاتصال الجماهيرى — كما أشرنا من قبل — متباعدين عن بعضهم البعض بصورة مادية (مكانية) بل واجتماعية ايضا فى احيان كثيرة . والرؤية التى يشكلها كل طرف عن الطرف الآخر ، عادة ما تكون نمطية . فالقائم بالاتصال لديه رؤية نمطية عن

---

(١) انظر فى ذلك :

D. McQuail, Communication, Longman, New York, 1980 P. 165.

الجمهور ، والجمهور لديه رؤية نمطية تحدد توقعاته من أجهزة الاعلام . وكل طرف يقرر بصورة منفردة تحديد الظرف الاتصالى ، وادراك وتفسير معانى الرسالة على نحو مختلف فى أغلب الاحيان . ونتيجة لاختلاف التوقعات وتباين الاهتمامات وغياب الرقابة الشخصية والمواجهة ، تصبح الرسالة أكثر عرضة للتحريف واساءة التفسير والفهم وبالذات من جانب المتلقى الذى يعامل الرسالة ، كما لو كانت ، سلعة خاصة قام بشرائها يضفى عليها أو يضع بها ما يشاء وعلى طريقته الخاصة .

٤ — مع أن مضامين أجهزة الاعلام متاحة نسبيا وبصورة مشابهة لكافة أفراد المجتمع على اختلاف مواقعهم الجغرافية والاجتماعية ، وأن كل فرد يمكن من حيث المبدأ أن يكون متلقى لهذه المضامين الا أن المشاركة الفعلية من جانب أعضاء الجمهور ، ودخولهم أطرافا فى هذه العملية يتطلب بعض التعليم الاجتماعى ، وتوافر بعض الامكانيات الفنية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية لدى أعضاء الجمهور ، والتى بدونها سوف تنعزل قطاعات غفيرة من الجمهور عن رسائل هذه الاجهزة .

٥ — ان الاتصال الجماهيرى قادر على انتاج رسائل وتوصيلها لاناس كثيرين فى أجزاء متباعدة فى التو واللحظة ، بل وحمل رسائل مختلفة لفئات متنوعة من الجمهور فى آن واحد(١) . ومن المؤكد أن أجهزة الاعلام تتباين فى هذه الناحية بتباين قدرات وامكانيات كل منها . حيث تعد الاذاعة مثلا أكثر نجاحا من الصحيفة فى نشر رسائلها فى المناطق التى ترتفع فيها معدلات الأمية كذلك ، فان الصحيفة تتميز بالقدرة على نشر رسائل ثابتة ودائمة وقادرة على أن تصل الى المتلقى فى الوقت الذى يلائمه .

واذا كنا قد ميزنا خلال العرض السابق بين نمطى الاتصال الشخصى والجماهيرى ، فان ذلك كان بهدف التحليل النظرى ، حيث يصعب من الناحية الواقعية أن يستأثر أى من هذين النمطين بالاتصال والتأثير ، كما يصعب أن يحقق وحده التأثير الاتصالى المستهدف بمعزل عن النمط الآخر(٢) .

هذه الرؤية التكاملية لنمطى الاتصال ، والتعاون والتنسيق بينهما مطلوب وبالحاح وبالذات فى المجتمعات النامية من أجل تنمية ثقافية أفضل ومساهمة فعالة وايجابية من جانب نسق الاتصال فى هذه التنمية(٣) . اذ لا يجوز — كما هو مشاهد حاليا فى العديد من هذه المجتمعات — أن

---

(١) عبد الغفار رشاد ، دراسات فى الاتصال ، مرجع سابق ص ١٩ .

(٢) سمير حسين ، الاعلام والاتصال بالجماهير والرأى العام ، مرجع سابق ص ١١٦ .

(٣) صلاح عبد المتعال ، مرجع سابق ص ١٧ .

أن تعزز الأسرة مثــلا قيمــا ومعايير اجتماعية وانسانية يناقضها الاعــلام الجماهيرى ويهدمها فى نفس اللحظة . والامثلة على ذلك كثيرة ومتعددة منهــا مثلا ، دعوة الدين الى تحريم الخمور ونبذ المجرمات بينما بطل القصة تليفزيونى أو السينمائى لا يكون بطلا إلا اذا كان عنيفا وشاربا للخمر ماهرا فى اغراء النساء . وفى حين يدعو أستاذ الجامعة طلبته للتسامح فى الحوار وحرية ابداء الراى تنقل صور من مسرح الحيــاة السـياسية على شــاشة التليفزيون فى جوهرها اهدارا لحرية الرأى ومظهرها الممارسة المزعومة للديمقراطية .

وهكذا ، فان النظرة الحديثة لفهم الواقع الاتصــالى فى المجتمــع ، هى رؤية هذا الواقع من منظور مدى التفــاعل والانســجام بين نمطى الاتصـــال الجماهيرى والشخصى وتأثيرهما النسبى معا فى المواقف الاتصــالية المختلفة بطريقة تكاملية وليس مجرد تأثير أحدهما وغياب الآخر ، أو الحديث عن قدرات هــذا النمط وضعف الآخر ، كمــا كان الحال من قبل ، ومن المؤكد أن تحقيق هــذا التفاعل والانسجام ، يتطلب أول ما يتطلب تحقيق الاتفاق بين النسق الفكرى والايديولوجى لكل منهمــا ، أو على الأقل عدم تناقضهما فى المجتمع الواحــد .

الفصل الثاني

دراسة عملية الاتصال

الفصـــل الثانى

دراســة عملية الاتصــــــال

مقـــــدمة :

اظهر العرض السـابق أن الاتصـــال بنمطيه الشخصى والجمـاهيرى عملية دينامية ومعقدة ويتزايد تعقيد هذه العملية وتتشابك مكوناتها عند مستوى الاتصال الجماهيرى ، حيث تتسم علاقات التفاعل عند هــذا المستوى بالكثافة وشدة الغموض ، ولمــا كانت دراسة هذه العملية واخضاعها للبحث والتحليل أمرا مهمــا للمشتغلين بالنشـــاط الاعلامى بغية فهم طبيعة عملية الاتصـــال واستخدامها بالكفــاءة المطلوبة لجـأ البــاحثون فى مجــال الاتصـــال الى استخدام فكرة النموذج (Model) من أجل تحليل مكونات عملية الاتصال وفهم المتغيرات الفاعلة فيهــا بصورة أكثر دقة وتنظيما .

ونموذج الاتصـــال هو وصف تصورى مبسط يقدمه الباحث فى شــكل مخطط لعملية الاتصـــال فى لحظة زمنيـــة معينة بمعنى آخر هو محاولة لتجميد عمليـــة الاتصال فى لحظة زمنيـــة وتقديم وصف للعناصر الاساسية الفاعلة التى يفترض وجودها فى هذه العملية . ويعبر كل نموذج بذلك عن الرؤية الخاصة للفرد الذى قام ببنائه ، لمــا يتصور بأنه المتغيرات الهامة والفاعلة فى عملية الاتصـــال التى يقوم بدراستها(١) . وقد أوضح «كارل ديوتش» عدة مهام يقوم بها النموذج عنـد دراسة عمليـــة الاتصـــال(٢) . فأولا : يســـاعد النموذج فى تنظيم وربط أطراف عملية الاتصـــال بعضها البعض مما يســـاعد على تقديم رؤية كلية لم يكن يتسنى للدارس ادراكها بدون هذا الترتيب والربط . **وثانيـــا** : يساعد النموذج فى توجيه الدارس الى العناصر الرئيسية فى عملية الاتصـــال التى ينبغى التركيز عليهـــا وفهم تأثيراتها من اجل السـيطرة على مخرجات العملية . **وثالثا** : مساعدة الدارس على التنبؤ بنتائج عملية الاتصال وبلورة بعض الافتراضات المحتملة لمخرجات هذه العملية .

---

(١) من المؤكد أن هذه الرؤية لا تنبع من فراغ ، ولكنها حصـــيلة جهـد عقلى وخبرات وابحاث وتجارب .. قام بها الباحث فى هذا المجال .

(٢) أنظر فى ذلك :

K., Deutsh, on **Communication Models in the Social Sciences,** Public opinion Quarterly, 1966, P. 2.

وقد نجح باحثو الاتصـــال فى تقديم العـــديد من النمـــاذج والتصورات النظرية بلغت وفق تقدير احد المصـــادر خمســـون وصـــفا مختلفـــا للعملية الاتصالية(١) واللافت للنظر ، أن معظم هذه النمـــاذج ان لم يكن جميعها قد جاء حصـــاد ابحاث ودراسات اجريت على واقع عملية الاتصـــال فى المجتمعات المغربية وقام بهـــا باحثون ينتمون الى هذه المجتمعات ، واقتصر الاسهام العربى فى هذا المجال على محـــاولة الترجمة والنقـــل ، وانعدمت أو كادت محاولات التنظير المحلى الخالصة لفهم واقع عمليـــة الاتصـــال فى المجتمعات العربية ، وغابت حتى الرؤية النقدية لمـــا هو منقـــول أو مترجم وبدا الأمر هنـــا كمـــا لو كانت هذه النمـــاذج والتصورات المنقولة مسلمات تصلح لفهم وتحليل عملية الاتصـــال فى مجتمعاتنا رغم شـــدة تباين واقع عملية الاتصـــال لدينـــا عن نظيرتها فى المجتمعات الغربية ، على الأقل بفعل تباين المنـــاخ الثقافى والواقع الحضـــارى بين المجتمعات العربية والمجتمعات الغربية .

وفى اطار غيبة محـــاولات التنظير لواقع عمليـــات الاتصال فى المجتمعات العربية ، وافتقار الميـــدان الى البيانات الواقعية والدقيقة التى تصلح كقاعدة تساعد فى هذا المجال ، فلا مفر امامنـــا هنـــا من استعراض عدد من النماذج والتصورات النظرية الغربية لعمليـــة الاتصـــال من منظـــور نقـــدى تحليلى يوضح جوانب القوة والضعف فى هذه النمـــاذج ، وبمـــا يتيح لنـــا فى النهاية الاستفادة من جوانب القـــوة فى هذه التصـــورات فى تطوير رؤية نظرية اكثر ارتباطا بواقع المجتمعات العربية . ويحدد اختيارنا للنمـــاذج المطروحة هنـــا عدة اعتبارات منهـــا : تمثيل المراحل التاريخية التى مرت بها ابحاث الاتصال والرؤية التكاملية التى يعكسها النموذج لعملية الاتصال بنمطيهـــا الشخصى والجمـــاهيرى ، واهمية الأفكار والمعلومات التى يطرحها التصور وما يحمله من حقائق ومتغيرات جديدة تســـاعد فى فهم أفضل لعملية الاتصال بعبارة أخرى يتناول هـــذا الفصل مناقشة العنصرين التاليين :

١ — عملية الاتصال (رؤى اجنبية) .

٢ — عملية الاتصال (رؤية محلية) .

اولا : دراسة عملية الاتصال (رؤى اجنبية):

١ — نموذج شـــانون وويفر : (Shannon & Weaver)

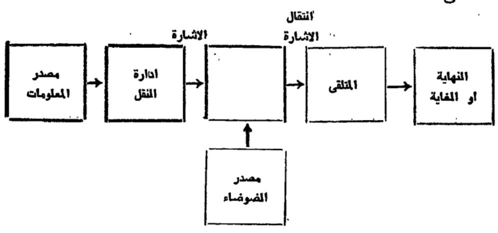
يعد نموذج « شانون وويفر » عن عملية الاتصـــال من النماذج الأوليـــة

---

(١) طلعت منصـــور ، **سيكولوجية الاتصال** ، عالم الفكر ، العدد الثانى، سبتمبر ، ١٩٨٠ ص ١٠٤ .

الأساسية التى نمت منهـا دراسات الاتصـال . ويعكس هذا النموذج وجهة النظر التى تنظر الى الاتصـال بوصـفه عملية خطية يتم فى اطارها نقـل الرسـالة من المصـدر الى المتلقى . وقد بلور الباحثان رؤيتهما عن الاتصال خلال الحرب العالمية الثانية ، حيث تركز اهتمامهما الاساسى فى محاولة السعى لتطوير فاعلية قنـوات الاتصـال وتحديدا الراديو والتليفون لتصـبح أكثر كفاءة فى نقـل الرسـائل واثارا فى ذلك بعض التساؤلات ، كيف يمكن نقـل اقصى كميـة ممكنـة من المعلومات عبر القنـاة أو الوسيلة الاتصالية ؟ وكيف يمكن قيـاس قدرة الوسيلة فى حمل المعلومات وتناقلها بين المصدر والمتلقى ؟ ويبدو أن تركيز «شانون وويفر» على دراسة الوسيلة وقدرتهـا على حمـل المعلومات يعود الى خلفيتهما الهندسية الرياضية ، ومع ذلك فقد اشارا الى أن نظريتهم فى الاتصال يمكن تطبيقها بصورة واسـعة على كل سـؤال يتعلق بالاتصال الانسانى(١) .

ويصور النموذج العنـاصر الأسـاسية لعملية الاتصـال فى الشـكل التـالى :



(تصور شانون وويفر لعملية الاتصال)

ووفقا لهذا التصور تتحدد العناصر الاساسية فى عملية الاتصـال على النحو التـالى :

مصدر ، واداة ، ورسالة ، ومتلقى ويضـاف الى ذلك عنصر آخر دخيل هو الضـوضاء ، أو التشويش وفى اطار هذه العناصر تسـير العمليـة على النحو التـالى :

(١)
Shannon, C. & Weaver, W., The Mathematical Theory of Communication, Urbana University of illinois Press, 1964.

المصدر ، وهو صانع القرار ، يقوم بتحديد الرسالة التى يرغب فى ارسالها . هذه الرسالة تأخذ طريقها الى المتلقى عبر اداة أوقناة تتحول خلالها الى اشارة ، وفى مرحلة النقل هذه قد تتعرض الاشارة الى بعض الضوضاء أو التشويش مما يؤثر على فك رموزها وبالتالى فهمها لدى المتلقى .

ونعرف الضوضاء Noise هنا على انها اى شىء يضاف الى الاشارة بين نقلها واستقبالها ، وهو الشىء الذى لا يقصده المصدر أو يرغب فيه . بعبارة اخرى يعنى مفهوم الضوضاء أو التشويش وفقا لتصور «شانون وويفر» اى اشارة تتلقى ولا ينقلها المصدر وتزيد من صعوبة فهم المتلقى للمعنى الحقيقى للرسالة . وقد ميز الباحثان هنا بين نوعين من التشويش : تشويش المعانى والتشويش الفنى ، ويتحدد تشويش المعانى ، فى اى تحريف للمعنى الصحيح فى عملية الاتصال والتى لا يقصدها المصدر وتؤثر على فهم المتلقى للرسالة فى الاتجاه الصحيح . اما التشويش الفنى او الميكانيكى ، فيعنى اى تدخل فنى او تغير يطرأ على ارسال الاشارة فى رحلتها من مصدر المعلومات الى المتلقى مثل حدوث فرقعة اثناء ارسال الاشارة أو صدور أزيز طائرة ، او ضعف حاسة السمع عند المتلقى ، أو اذا كان نطق الحروف لدى المصدر غير سليم الى غيرها من العوامل التى قد تتداخل وتؤثر على تلقى الرسالة بدقة .

وبهذا الفهم حدد « شانون وويفر » ثلاثة مستويات من المشكلات فى دراسة عملية الاتصال :

المستوى الأول : ويتعلق بالمشكلات الفنية حيث تتحدد المشكلة الاساسية هنا فى كيفية نقل رموز الاتصال بصورة دقيقة وصحيحة .

المستوى الثانى : وهو الخاص بمشكلات المعانى اذ كيف تقوم الرموز المنقولة بنقل المعانى المطلوبة الى المتلقى بصورة دقيقة .

والمستوى الثالث : ويتعلق بالآثار والنتائج المترتبة على الاتصال حيث تتحدد المشكلة الاساسية هنا فى كيفية تأثير المعانى المستقلة بفاعلية فى السلوك وذلك فى الاتجاه المطلوب من جانب المصدر .

واذا كان يسهل فهم المشكلات الفنية الخاصة بالاتصال والتى يبدو أن النموذج قام اساسا لمحاولة فهمها وتحديدها ، الا أن المشكلات الخاصة بالمعانى ، وان كان من السهل تحديدها وحصرها ، الا انه ليس واضحا كيف يمكن معالجتها . وقد تم « شانون ويفر » حلا قاصرا لهذه

المشـكلات فلديها ، تتضمن المعانى فى الرسـالة وبالتـالى فان تحسـين صياغتها وتجويدها سـوف يزيد من المعـانى الصحيحة ، ويقلل من التحريف المحتمل لهذه المعـانى لدى المتلقى ، وهو الحل الذى يتجـاهل دور العوامل الثقافية وتأثيرها فى تكوين المعـانى وفى فهمها بصـورة صحيحة لدى طرفى الاتصـال(١) .

وتشير المشكلات الخاصة بالتأثير الى أن « شانون وويفر » ينظران الى الاتصال باعتباره نشـاط دعائى وموجه ، بحيث أن المصدر يتصل بفاعلية مع المتلقى ، عندما المتلقى يستجيب بالطريقة التى يرغبها المصدر . وقد أوضـح الباحثان ، أن المستويات الثلاثة من المشـكلات ليست قائمـة بذاتهـا ولكنها متداخلة ويعتمد كل منها على الآخر وانها معا مطلوب دراستها وفهمها من أجل تحسـين كفـاءة الاتصال وتحقيق فاعليته .

وقد لفت « شانون وويفر » نظرنا الى نقطتين أساسيتين تتعلق أحدهما بالمصـدر والأخرى بالمتلقى :

الأولى : مقدار المعلومات لدى المصدر والتى تتيح له حرية الاختيار .

والثانية : هى عدم اليقين أو نقص المعرفة لدى المتلقى بالرسالة وحاجته اليها . ووفقا لتصور « شانون وويفر » ، فانه لكى يصل الموقف الاتصـالى الى وضعه الأمثل ، فانه ينبغى أن تتوافر للمصدر والمتلقى نفس الامكانيـات فعدم يقين المتلقى حيـال الرسالة التى تم ارسالها متساو تماما لحرية المصدر فى الاختيار اثنـاء اعداد الرسالة . أو بعبارة أخرى ينبغى توافر حرية الاختيار للمصدر ، وعدم اليقين لدى المتلقى وفى هذه الحالة يصبح هدف المعلومات التى قام المصدر باختيارها ازالة عدم اليقين أو الغموض الذى يشعر به المتلقى .

ومع وجاهة هذه التصورات ، وبالذات ما يرتبط منهـا بالمشكلات التى تحيط بنقل الرسـالة ومفهوم حرية الاختيار لدى المصدر وعـدم اليقين لدى المتلقى ودورها فى دعم كفـاءة الاتصال ، الا أن النموذج فى حد ذاته يتجاهل عنـاصر أساسية فى عمليـة الاتصال . فمن ناحية يقدم النموذج عملية الاتصال بوصفها عملية خطية تسير من المصدر الى المتلقى ويتجاهل هنا عنصر التغذية المرتدة التى تميز عمليـة الاتصال بوصفها عملية تفاعلية ومن ناحية أخرى ، لا يوضح النموذج العوامل الفاعلة فى تحديد حرية الاختيار لدى المصدر أو عدم

---

(١) انظر فى ذلك :

John fiske, introduction to Communication studies, Methuen, London, 1982, P. 8.

اليقين لدى المتلقى لكي يتوازن الموقف الاتصالى ويصبح فى وضعه الأمثل،وبدت عملية الاتصال كما لو كانت منعزلة عن السياق الاجتماعى والثقافى الذى تعمل فيه مما اضعف من كفاءة النموذج وقدرته على فهم وتحليل عملية الاتصال بصورة أفضل .

٢ — نموذج لاسويل (Lasswell's Model) :

يعد نموذج لاسويل من النماذج الأولية التى سعت الى تفسير عملية الاتصال الجماهيرى ، وقد اكتسب النموذج على بساطته الشديدة شهرة واسعة حتى لا يكاد يخلو مرجع واحد فى دراسات الاتصال دون اشارة الى تصور لاسويل لعناصر عملية الاتصال الجماهيرى(١) ووفقا لهذا التصور يرى لاسويل ، اننا لكى نفهم عمليات الاتصال الجماهيرى فنحن فى حاجة لدراسة كل مرحلة من مراحل هذه العملية وفقا للعناصر التالية :

من ؟ يقول ماذا ؟ وباى وسيلة ؟ لمن ؟ وباى تاثير ؟

وواضح أن هذه العناصر الخمسة لعملية الاتصال الجماهيرى لا تخرج كثيرا عن العناصر التى سبق أن طرحها «شانون وويفر» فما زالت العملية هنا ، كما هو الحال فى نموذج « شانون وويفر» تفهم باعتبارها عملية خطية (Liner) يتم فى اطارها نقل رسالة من المصدر الى المتلقى ، عبر وسيلة معينة . على أن الاضافة التى يلفت لاسويل نظرنا اليها هى ذلك الجانب المتعلق بأثر نقل الرسالة على المتلقى أو عنصر التاثير Effect والذى يعنى كما حدده « لاسويل » أى تغيير يمكن ملاحظته وقياسه لدى المتلقى والذى تسببه العناصر المتداخلة فى العملية ، وقد اوضح لاسويل أن اى تغيير فى أحد هذه العناصر من شأنه احداث تأثير فى العناصر الاخرى وبالتالى التاثير على نتائج عملية الاتصال . فاذا جرى مثلا تغيير القائم بالاتصال ، أو طريقة صياغة الرسالة ، أو القناة المستخدمة فى نقل الرسالة ، فان ذلك يؤدى الى تغيير فى درجة التأثير على المتلقى .

---

(١) يوجد العديد من الدراسات المحلية التى تاثرت بتحليلات لاسويل لعملية الاتصال الجماهيرى . أنظر على سبيل المثال الدراسات التالية :

— حامد ربيع ، فلسفة الدعاية الاسرائيلية ، مركز أبحاث منظمة التحرير الفلسطينى ، بيروت ، ١٩٧٠ .

— عبد القادر حاتم ، الاعلام والدعاية ، الانجلو المصرية ، القاهرة ، ١٩٧٢ .

— يوسف مرزوق ، مدخل الى علم الاتصال ، دار المعرفة الجامعية ، الاسكندرية ، ١٩٨٨ .

وتعكس صيغة «لاسويل» بالصورة المقدمة عدد من الافتراضات الجديرة بالإشارة هنا وهى :

١ — أن المصدر فى عملية الاتصال يمارس نشاطه بقصد التأثير على المتلقى .

٢ — أن عملية الاتصال الجماهيرى فى اساسها عملية دعائية تهدف الى اقناع المتلقى بوجهة نظر المصدر .

٣ — أن الرسائل التى تحملها أجهزة الاعلام الى المتلقى لها دوما تأثيرات فاعلة على المتلقين .

ومن المؤكد ان فهما أفضل لعملية الاتصال الجماهيرى فى المجتمع لا يمكن أن تقام على مثل هذه التصورات المفرطة فى بساطتها لعملية بالغة التعقيد والتشابك(١) . فمع أن تساؤلات لاسويل الخمسة توجه انتباه دارسى الاتصال الى العناصر البارزة فى عملية الاتصال ، الا أنها تفرط فى تبسيط درجة التداخل والتعقيد فى هذه العناصر . فالمصدر (من) ليس فردا وانما افراد بل مؤسسة كاملة لا قواعدها وتنظيماتها وعلاقاتها بالمجتمع التى هى جزء منه تؤثر وتتأثر به . والمتلقى ليس فردا وانما جماهير غفيرة ومتباينة ، كما ان القنوات والرسائل متعددة ومتنافسة وأن التأثير ليس بالضرورة شرطا ملازما لكل عمليات الاتصال الجماهيرى الذى يحكم احداثه لدى المتلقى متغيرات عديدة ، فضلا عن صعوبة قياسه وفقا لتعريف لاسويل (التغير الذى يمكن ملاحظته على المتلقى) حيث أن غالبية تأثيرات الاتصال الجماهيرى ، تأخذ — عادة — صفة تراكمية وليست انية كما يتصور «لاسويل» .

لقد اهتم «لاسويل» كعالم سياسى بدراسة الاتصال السياسى ، وبالذات النشاط الخاص بالدعاية . وقد انعكس ذلك على تصوره لعملية الاتصال واقتصار رؤيته لها على أنها عملية خطية ودعائية تهدف الى التأثير على المتلقى واقناعه بوجهة نظر المصدر ، مما عرض النموذج لانتقادات شديدة من جانب بعض الباحثين الذين أقاموا انتقاداتهم على اساس تجاهل النموذج لعناصر هامة وفاعلة فى عامة الاتصال الجماهيرى منها(٢) :

---

(١) راجع انتقادا مفصلا لنموذج لاسويل فى المرجع التالى :
Braddock, R., Extension of the Lasswell formula, Journal of Comm., 1958, PP. 88 — 93.

(٢) احمد بدر ، الاتصال بالجماهير بين الاعلام والدعاية والتنمية ، الكويت ، وكالة المطبوعات ، ١٩٨٢ ص ٦٠ .

الموقف الاتصـــالى العام ، الهدف الذى تسعى الى تحقيقة عملية الاتصـــال ، ورجع الصـــدى من المتلقى الى المصدر ، والاطار الدلالى أو الخبرة المشتركة بين طرفى الاتصـــال .

٣ — نموذج جيربنر : (Gerbner's Model)

يتميز نموذج جيربنر الذى يعمل استاذا للاتصـــال فى جامعة بنسلفانيا بالولايات المتحدة ، بالتركيز على ربط الرسالة بالواقع والتـــأكيد على عمليات الادراك ومعانى الرموز وطريقة تشكلها أو فكها لدى كل من طرفى الاتصال . ويرى « جيربنر » أن نموذجه للاتصـــال له صفة العمومية فى التطبيق من حيث انه يجذب الانتبـــاه الى تلك العنـــاصر الفاعلة فى كل فعل اتصالى(١) .

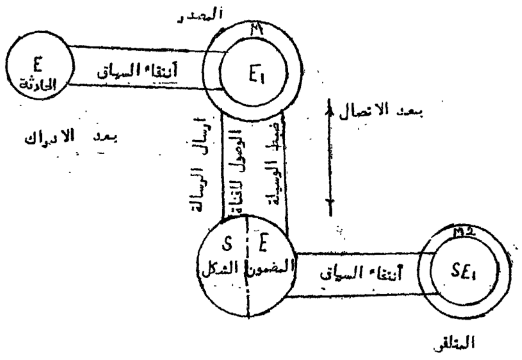
واذا نظرنا الى شـــكل النموذج ، فانه يبدو لأول وهلة ، أكثر تعقيـــدا من نموذج « شانون ويفر » ، بيد أن امعان النظر فى النموذج يكشف أنه ما زال يعبر عن الرؤية الخطية لعملية الاتصـــال كمـــا هـــو الحـــال فى نموذجى « شانون وويفر ولاســـويل » . حيث تســـير عمليـــة الاتصـــال على النحو التـــالى :

شخص ، يدرك واقعـــة ، فى سياق معين ، يحدث تفاعل بطريقة ما يتشكل تصور ، بشـــكل محدد ، وســـياق ، لنقـــل النص بترتيب معين الى شخص آخر ، يدرك النص فى سياق معين ويعكس الشكل التـــالى تصـــور جيربنر لهذه العمليـــات :

---

(١) انظر :

Denis McQuail and Sven Windahl, Communication Models Longman, London, 1981, P. 18.



(تصور جيربنر لعملية الاتصـــال)

وقد اوضح جيربنر ان عملية الاتصال تتضمن بعدين أساسيين :

الأول : بعد الادراك والفهم « البعد الأفقى » .

والثـــانى : بعد الاتصال والتعامل مع الوسيلة (البعد الراسى) .

١ — البعد الأفقى :

وفيه تبدأ العملية بالواقعـــة او الحـــادثة (E) التى يتم ادراكهـــا بواسطة (M) أو المصدر ، ولدى جيربنر فان (M) يمكن أن يكون انسان أو آلة مثل الكاميرا أو الميكرفون ، وادراك المصـــدر (M) للحادثة (E) هـــو ادراك (E_1) وهذا هو البعد الادراكي فى بداية العملية ، وتحول (E) الى (E_1) يعنى أن المصدر لا يتمكن من ادراك كل ما يحيط بالواقعة حتى ولو كان هذا المصدر آلة ، فان تصويرها للحادثة يتأثر ايضـــا بمدى فنيتهـــا وقدرتها المـــادية ويصبح الادراك اكثر تعقيدا فى حالة ما اذا كان (المصدر) انسانا ، حيث يعتبر الادراك الانسانى للمثيرات أدراك مبســـط ، ولكن هو عملية من التفاعل والمحاورة ، وما يحدث فى الواقع هو اننا نحاول المواءمة بين المعنى الظاهرى للرمز أو المؤثر الخارجى والمعنى الباطنى له لدينا وعندما تتم هذه المزاوجة ندرك شيئا ما ونعطيه معنى معين .

وهكذا ، فان المعنى فى هذا الســـياق يتحدد على ضـــوء المزاوجة بين

الرمز الخارجي (الحادثة) والمعانى الباطنية لدى المصدر ، حيث يلعب الدافع للفهم او التنظيم هنـا دورا كبيرا . على أن الأمر المهم هنـا هو ان هذا الفهم وتنظيم المدركات لدى الفرد يتأثر بقوة بالثقافة السائدة ، وأنمـاط التنشئة الإجتماعية التى يتعرض لها الأفراد والتى فى اطارها تتطور المعانى الباطنيـة للأشـياء والرموز ، ويعنى هذا أن الأفراد الذين ينتمون الى ثقافات مختلفـة سوف يدركون الواقع بصورة مختلفة . فالادراك اذن ليس عملية نفسية تحدث داخل الفرد وانمـا هى أيضا مسـألة مرتبطة بالثقـافة التى يخبرها الفرد ويعايشها .

٢ — البعد الراسى :

فاذا انتقلنا الى المرحلة الثانية او البعد الراسى فى العملية فانه يتم عندما يرغب المصدر فى ارسال ادراكه للحادثة (E) الى شخص آخر ويسـتعمل « جيربنر » كود (SE) وهو يرمز الى ما نطلق عليه مـادة الرسالة ، التى هى اشـارة او بيـان عن الحادثة والدائرة التى تعبر عن الرسالة فى النموذج تنقسـم الى جانبين (S) وتشير الى الجانب الاول منهما بمعنى الشـكل الذى تأخذه الرسالة ، فى حين تشير (E) الى مضمون الرسالة .

ومن الواضح أن المضمون المقدم او (E) يمكن ان ينقل بعدة طرق مختلفة حيث يوجد العـديد من الطرق التى يمكن الاختيار من بينها . ويعد انتقاء افضل شكل بالنسبة للحادثة (E) واحدا من الاهتمامات الملحة للقـائم بالاتصال . ويؤكد جيربنر أن (SE) مفهوم موحد وليس مجالين منفصلين ، يتفاعلان معا ، حيث أن انتقاء (S) سوف يؤثر بوضوح على تقـديم (E) الحادثة . وهكذا يوضح جيربنر أن العلاقة بين الشـكل والمضمون هى علاقة دينامية وايجابية ولا يمكن الفصـل بينهمـا ، وفى ذلك يوجه «جيربنر» انتقادا حادا الى نموذج « شانون وويفر » الذى يؤكد أن مضمون الرسالة يوجد بصورة مستقلة ، ويرى « جيربنر » أن الرسـالة لا يمكن أن توجد قبل تشكيلها ووضعها فى شكل معين او فى كودها ، وتعد عملية التشـكيل هنا عملية ابداعية وخلاقة وقبلها فقـط يوجد الدافع . والحاجة للتشـكيل ليست فكرة قبلية سابقة لوجود المضمون الذى يتطلب ان يوضع فى كود . بمعنى آخر ليس هنـاك مضمون قبل التشكيل ولا تشـكيل قبل المضمون ، ومحاولة الفصل بين الاثنين هى محاولة فاشـلة ومشـكوك فيها .

وفى هذا الجانب الاتصـالى ، يعد الإنتقاء عملية مهمة تمـاما ، مثلمـا هو المجال فى الجانب الأفقى من العملية ، فهناك أولا : انتقاء وسيلة او قنـاة الاتصـال ، ثم هنـاك انتقـاء من جانب المدرك (E_1) حيث لا يؤدى هـذا المدرك اسـتجابة كاملة وشـاملة بالدقة المطلوبة خـلال عمليـات الانتقـاء والاختيار التى يقوم بها المصـدر وتصبح احتمالات التشويه واردة .

كذلك ، ووفقا لتصور « جيربنر » فإن هذا الجانب الراسى من العملية ،

يتضمن مفهوم القدرة على الوصول الى القناة أو الوسـيلة الاعلامية ، حيث يعـد هـذا المفهوم من المفـاهيم المحورية التى تثار حولها مناقشات واسعة فى الوقت الراهن(١) . حيث تتباين قدرات الافراد وفقا لمراكزهم الاجتمـاعية واوضـاعهم الاقتصـادية فى الوصول الى وسـائل أو قنوات الاتصال .

واذا كانت بعض الدول أو الحكومات ، تتجه — عـادة — الى فرض سيطرتها على عملية الاتصـال الجماهيري ، وبالتالى تحد من قدرة الافراد على استخدامها أو المشـاركة فيهـا ، فان الامر لا يختلف ايضـا على مستوى الاتصال الشخصى ، حيث قد يمـارس المدير المتسلط أو المدرس فى الفصـل تأثيرا كبيرا ويحد بالتالى من قدرة الآخرين على ممارسة الاتصال ، وذلك بالحد مثلا من قدرتهم على الحديث . والأب المتسلط ايضـا سوف لا يسمح لأطفـاله أن يتحدثوا قبل أن يتحدث ، وهو فى ذلك يتشـابه مع الكثـير من الحكومات فى الانظمـة الشمولية ، عندما لاتسمح فقط الا للرواية الرسـمية للاحـداث فى الظهور على شـاشات التليفزيون .

وفى المرحلة الثالثة من العمليـة ، فان المتلقى (M^2) يقوم بادراك اشارة أو بيـان عن الحادثة . وكمـا هو واضـح من قبل ، فان معنى الرسـالة لا يكمن فى الرسالة ذاتها ولكن هو نتيجة التفاعل والحوار بين المتلقى والرسالة فالمتلقى لديه مجموعة من الاحتياجات والاهتمامات والمفاهيم المنبثقة من ثقافته، وعلى ضـوء هذه المفاهيم تتأثر طريقـة ادراك المتلقى للرسالة ، كذلك فان الرسـالة ذاتها قد تحمل معانى عـديدة ، يحتمـل أن تفهم بطرق مختلفة .

ومحصلة التفاعل والحوار بين المتلقى والرسالة هو ما يدركه المتلقى ويفهمه من الرسـالة ، ويثير « جيربنر » هنـا مفهوم «انتقاء السياق» الذى يرادف مفهوم امكانية الوصول للقناة فى البعد الرأسى ، حيث يسـاعد هذا المفهوم فى تحديد ما يتم ادراكه بالفعل من قبل المتلقى ، ويتولى مهمـة انتقاء السـياق الملائم المصدر أو القائم بالاتصال ، وعليه فى هذه الحالة تحديد كيفيـة نقل الرسالة وكذا لمن سوف يوجهها اليـه .

وايا كان الأمر ، فان نموذج جيربنر ما زال مجرد تطوير جيـد لنمـوذج « شانون وويفر » ، حيث ما زال ينظر هو الآخر الى عملية الاتصال بوصـفها عملية خطية يتم فى اطارها نقل الرسالة من المصدر الى المتلقى ، والتطوير الذى يضيفه هنـا يكمن فى اهتمامه ببحث ما يحدث وراء العملية نفسـها وحديثـه فى ذلك عن الواقعـة أو الحادثة (E) ومسألة المعنى والادراك ، وحتى عند هذا المستوى ، فان النموذج يتجاهل مناقشة المشـكلات الخاصة بكيفية تولد المعانى ، والعوامل المؤثرة فى ذلك وبالذات ما يتعلق منها بالبناء الاجتمـاعى

---

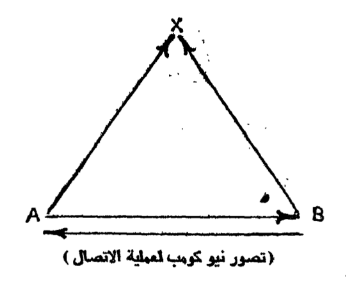
(١) انظر فى ذلك :

John fiske, introduction to Communication studies, Op. Cit., P. 21

والثقافة السـائدة . وكذلك فان جيربنر يتناول موضوع شـكل الرسـالة او الكود المستخدم في تقديم المضمون كحقيقة مسلم بهـا ، بينما انصار مدرسة الظواهر قد يجدون ان الرسـالة هي الوسيلة على حـد وصف مارشـال ماكلوهان(١) . كمـا وقع جيربنر في خطأ افتراض ان كل العمليـات الأفقية متشابهة حيث من المؤكد ان ادراك المتلقى للرسالة ليس هو نفس ادراك المصدر الحادثة ، فالمتلقى ليس آلة صـماء يستجيب بنفس الطريقة لمشـاهدة فيلم تليفزيونى حول حادثة معينة كمـا لو كان مشـاهدا لهذه الحـادثة في الواقع الفعلى فالرسـالة بطبيعتها تشكلت او صيغت بطريقة مختلفة من الواقعـة الحيـة وبالتالى توجه استجاباتنا بصورة معنية .

نموذج نيوكومب : (New Comb's Model)

تدم « نيو كومب » نموذجا مختلفا تماما عن النماذج الخطيـة السـابقة حيث يأخذ النموذج شـكل مثلثى كما يبدو من الشكل التالى(٢) :



(تصور نيو كومب لعملية الاتصال)

والنقطة الأسـاسية الجديدة في النموذج هي الاهتمام بدور الاتصال في المجتمع وفي تحديد العلاقات الاجتماعية . وتتحدد نظرة « نيو كومب » لوظيفة الاتصـال في الحفاظ على التوازن داخل النسق الاجتماعى والعناصر الأساسية في النموذج تبدو كمـا يلى :

(A) و (B) همـا المرسل والمتلقى . وقد يكونا افرادا او اتحـادات

---

(١) راجع عرضـا مفصـلا لوجه نظر ماكلوهن في هـذا المجـال في : جيهان رشتى ، الاسس العلمية لنظريات الاعلام ، مرجع سابق ص ص ٣٨٤ — ٣٩٦ .

(٢) انظر في ذلك :

Denis McQuail and Sven Windahl, Op. Cit., P. 31.

أو الحكومة والناس (X) هى جزء من البيئة الاجتماعية لكل من المرسل والمتلقى ويشكل (X.B.A) نظام تتداخل علاقاته الداخلية . فاذا تغير اى من اطرافه تغيرت بقية الاطراف وتعمل المكونات الأساسية للنظام على النحو التالى :

١ — توجه (A) نحو (X) يتضمن الاتجاه نحو موضوع أو هدف يمكن الاقتراب منه أو تفاديه يحكمه فى ذلك بناء القوة والثقافة السائدة . وكذا الخصائص المعرفية (المعتقدات والبناء المعرفى) .

٢ — يتوجه (A) نحو (B) بنفس المعنى عن الموضوع أو الحدث .

٣ — يتوجه (B) نحو (X) .

٤ — يتوجه (B) نحو (A) .

ويرى «نيو كومب» أنه من المهم أن يكون لدى المرسل والمتلقى اتجاهات متشابهة نحو الموضوع (X) فاذا تحقق ذلك ، فان النظام سوف يكون فى توازن . اما اذا لم يكن لديهما اتجاهات متشابهة نحو (X) فانهما سيكونان تحت ضغط للاتصال حتى يصلا الى اتجاه متشابه .

على أن الامر الاكثر اهمية هنا ، ويؤكد عليه « نيوكومب » هو ما يمثله الموضوع أو الشخص (X) من اهمية لدى كل من المصدر والمتلقى ، وكذلك دافعهما المشترك للتوجه نحو الموضوع ، وقد لا يكون الموضوع شىء أو شخص ، وانما قد يكون جزءا من البيئة المشتركة لكل من المصدر والمتلقى . فقد يكون المصدر (A) مثلا الحكومة والمتلقى (B) الحزب الذى تمثله الحكومة و (X) السياسة . فاذا كان لدى الحكومة والحزب مبادىء مشتركة أو متشابهة حول السياسة السائدة فانهما سوف يكونا تحت ضغط لعقد اجتماعات مكثفة لمحاولة التوصل الى اتفاق على (X) أو السياسة المطروحة . اما اذا لم يكن لديهما مبادىء مشتركة فالمتلقى (B) سوف يكون اقل حاجة للاتفاق حول السياسة .

ويرى نيوكومب أن توازن النظام يزيد الحاجة الى الاتصال ويمكن أن نلمس ذلك بوضوح عندما يتغير (X) أو السياسة فان (B,A) يصبحان فى حاجة للاتصال لايجاد تكيف مشترك بينهما نحو السياسة الجديدة . فقد كان رد فعل الافراد سريعا حول استقالة هارولد ولسون رئيس وزراء بريطانيا حيث نشأت حاجة لدى الأفراد للتعرف على رأى اصدقائهم فى هذه الاستقالة ودور ولسون وقت الحرب . ويعتقد نيوكومب أن ما يدفع الافراد الى ذلك هو الرغبة فى الوصول الى تفاهم مشترك نحو الحدث .

ويخلص نيوكومب مما تقدم الى ان اعتماد الناس على أجهزة الاعلام يتزايد بصفة مستمرة . كما أن الحكومة يتزايد اعتمادها على أجهزة الاعلام لدعم سياستها ، وطالما أن السياسة فى تغير مستمر نتيجة لتغير

الظروف ووقائع الحياة ، فاننا نجد الحكومة والشعب (B,A) فى حاجة الى اتصال مستمر من خلال أجهزة الإعلام(١) .

وواضح من تحليلات « نيو كومب » لعملية الإتصال ، تأثره البالغ بنظرية التوازن فى علم النفس ، وهى النظرية التى ترى أن استجابة الفرد للمثيرات الخارجية تتأثر بحالته النفسية التى تتسم بالتوازن أو عدم التوازن مع المثير الخارجي(٢) . وأن النموذج يميل الى تأكيد وجهة النظر التى ترى أن الناس تميل الى مصادر المعلومات التى تساند ممارساتهم الفعلية . وهو بذلك يؤكد على أهمية العمليات الانتقائية ودور التوقعات فى عملية الاتصال والتى تجعل معظم تأثيرات الاتصال بنوعيه الشخصى والجماهيرى تتجه الى التدعيم وتثبيت الآراء والاتجاهات القائمة أكثر من تغييرها ؛ وهى الافتراضات التى تؤكدها الكثير من الابحاث فى هذا المجال(٣) .

ومع ذلك ، فان وجود اتجاه موحد أو اتفاق على المبادىء بين طرفى الاتصال ليس شرطا ضروريا لدعم كفاءة الاتصال ، كما يفترض النموذج فالتنافر والاختلاف قد يتم معالجته من خلال تشكيل علاقات جديدة أو من خلال ايجاد تكيف بين الرؤى المتباينة ، كذلك ، فاننا لا يمكن أن نسحب التعميمات المتصلة بعلاقات الاتصال بين الافراد أو حتى الجماعات الصغيرة على علاقات الاتصال فى المجتمع ككل ، ذلك أن المجتمع قد لا يكون فى حاجة الى التوازن أو التوافق كما هو الحال فى المواقف الفردية الصغيرة ، بل على العكس قد يحتاج المجتمع فى بعض الحالات درجة من الصراع وعدم التوازن من أجل التطوير والتنمية وهنا يلعب الاتصال دورا كبيرا فى تلبية هذه الحاجة المجتمعية .

وأيا كانت الملاحظات التى يثيرها نموذج « نيوكومب » فان هذا النموذج يلفت نظرنا وان كان بصورة غير مباشرة الى حاجة الناس الى المعلومات التى ينظر اليها فى المجتمعات الديمقراطية على أنها حق وضرورة وبدونها ، فان الافراد يفتقدون الشعور بالانتماء للمجتمع ، فنحن ينبغى أن نحصل على المعلومات الكافية عن بيئتنا الاجتماعية لكى نعرف كيف نتصرف ازائها . وكذلك لكى يتم توحيد رد الفعل ازاء الاحداث الهامة التى يواجهها المجتمع ولرأب الفجوة بين ثقافات المجتمع المختلفة وتحقيق التكامل بين أجزاء الأمة .

---

(١)

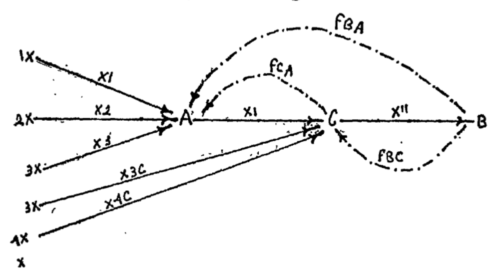
John fiske, Introduction to Communication studies, Op Cit., P. 33.

(٢) جيهان رشتى ، الأسس العلمية لنظريات الاعلام ، مرجع سابق ، ص ٢٤٠ .

(٣) انظر فى ذلك : Joseph, Klapper, The Effects of Mass Communication, New York, Free Press, 1960.

٥ — نموذج وستلى وماكلين : (Westly and Maclean's Model)

سمى وستلى وماكلين الى تطوير نموذج نيوكومب السابق عرضه لكى يتناسب مع عملية الاتصال الجماهيرى ، وقد انعكس التطوير فى جانبين اساسيين : **الأول** : هو اضافة عنصر جديد هو (C) الذى يشير الى عملية تحرير الاخبار والمعلومات داخل المؤسسة الاعلامية ، وهى العملية التى يتم خلالها اتخاذ قرار حول مـاذا وكيف يتم الاتصال . **اما التطوير الثانى** : فيتمثل فى فرد النموذج لكى يأخذ الشكل الخطى المألوف من قبل فى النماذج السابقة وذلك كما هو واضح فى الشكل التالى(١) :



(تصور وستلى وماكلين لعملية الاتصال الجماهيرى)

وكما هو واضح من الشكل فان (X) اصبحت فى نموذج وستلى وماكلين اقرب الى (A) والاسهم تأخذ طريقا واحدا و (A) أصبح أقرب الى وضع الكود كما هو الحال فى نموذج شانون وويفر أو لاسويل و (C) له بعض خصائص النقل . كما نلاحظ انشطار (X) لكى يتبين طبيعتها المتنوعة أو المتعددة وتتحدد عناصر النموذج على النحو التالى :

١ — ترمز (X) للموضوعات أو الأحداث التى تقع فى البيئة الاجتماعية التى يجرى الاتصال حولها من خلال اجهزة الاعلام ومن ذلك وقوع زلزال أو تغير فى الأسعار أو ظهور نتائج انتخابات ... الخ .

٢ — تشير (A) الى دور المصدر ، وقد يكون هذا المصدر افرادا أو مؤسسات لديها شىء ما عن الحادثة أو الواقعة (X) وترغب فى توصيله الى الجمهور بطريقة هادفة أو مقصودة ، هذا المصدر قد يتحدد فى القادة

(١) Denis McQnail & S ven Windahl, Op. Cit., P. 26.

السياسيين ، أو المعلنين أو مصـــادر الأخبـــار أو مراسلوا الصحف ووكالات الانبـــاء ... الخ .

٣ ــ تمثل (C) المؤسســة الاعلامية ، حيث يتولى العاملون بها اخضاع ما يصل اليها من مـــواد اعلامية للفحص والانتقاء قبـــل أن تأخذ طريقهـــا عبر الوسيلة الاعلامية الى الجمهور . وقد تأتى المـــادة الاعلاميـــة مبـــاشرة دون المرور عبر وسيط المصدر (A) الى المؤسسة الاعلامية . وهكذا فان (C) تعتبر وسيط يتولى التعامل مع كل من (B) و (A) هذا الدور الذى تقوم به المؤسسة الاعلامية قد يمارس أحيانا بطريقة غير هادفة أو روتينية لا تحكمـــه سوى الاعتبارات المهنية الخاصـــة بالحاجة الى النشر الجمـــاهيرى وتلبية رغبـــات الجمهور .

٤ ــ تشير (B) الى دور الجمهور ، الذى قد يكون فردا أو جمـــاعة أو حتى المجتمع ككل والذى تتولد لديه الحاجة الى المعلومات .

٥ ــ (XI) هى الرسالة عن الحادثة كما يصـــورها (A) و (XII) هى صورة الرسالة بعد اعادة تشكيلها داخل المؤسســـة الاعلاميـــة لكى تأخذ طريقها الى الجمهور عبر القناة أو الوسيلة الاعلامية .

٦ ــ يوجد رجع صـــدى من المتلقى (B) الى المصـــدر الأصلى (A) وأيضا من المتلقى (B) الى المؤسسة الاعلامية (C) ومن هذه الى المصدر (A)

ويلاحظ هنا أن النموذج ينفرد عن النماذج السابقة بعدة مميزات منها(١) : أن العملية الاتصـــالية لا تأخذ لديه طابعا خطيا كمـــا هو الحـــال مثـــلا فى النمـــاذج السابقة وانمـــا تأخذ طابعا دائريا حيث يهتم النموذج برجع الصدى (Feed back) وفى حين تشير النمـــاذج السابقة الى نشاط القائم بالاتصـــال (A) بوصفه نشاطا هادفا أو مقصودا بمعنى أن لديه توجهات تأثيرية نحـــو المتلقى ، نجـــد أن النموذج الحالى يشـــير أيضا الى النشاط غير الهادف الذى تتميز به أحيانا عمليـــات الاتصـــال عبر وسائل الاتصال الجماهيرى .

كمـــا يلاحظ أيضـــا أن الجمهور (B) فقد أى خبرة مباشرة أو فورية مع الأحداث (X) كمـــا فقد العلاقة المبـــاشرة مع المصدر على النحو الذى كان يصوره « نيوكومب » ، وقد أوضح وستلى وماكلين أن أجهزة الاعلام توسع من البيئة أو الخبرات الاجتمـــاعية التى يحتاجها الأفراد (B) كمـــا توفر المناخ الذى يتم فى اطاره حدوث تكيف بين الأفراد والأحداث فى المجتمـــع ، وقد أبقى « وستلى وماكلين » على فكرة « نيو كومب » الخاصة بالحاجة الى وجود توافق مشترك نحو (X) بين المصدر والمتلقى ، على أساس أن توافر هذا العـــامل

---

(١) جيهان رشتى الأسس العلمية لنظريات الاعـــلام ، مرجع سابق ص ١٨١ .

يعد الدافع الاساسى للاتصـــال والتفاعل مع رسائل أجهزة الاعـــلام . ووفقا لتصورات « وستلى وماكلين » فان (A) و (C) يلعبان الدور الأساسى فى العملية ، حيث أن (B) هو متأثر فقط بنتائج نشاطهما . لقد وسع المجتمع الذى نعيش فيه بالضرورة نطاق البيئـــة الاجتماعية التى نحن فى حاجة الى أن نكيف انفسنا معها . ولذلك فان احتياج المتلقى للمعلومات والتكيف مع البيئة يتزايد، بيد ان أســـاليب اشباع هذا الاحتياج كانت دوما مقيدة ومقصورة على اجهزة الاعلام التى تعد الأدوات المتاحة فقط امام الأفراد لتحقيـــق احتيـــاجاتهم من المعلومات .

وأيا كانت الافتراضات والتصورات التى يعكسها النمـــوذج فان ثمـــة بعض الملاحظات الجديرة بالاشـــارة هنا :

١ — أن اعتمـــاد الافراد على أجهزة الاعلام لامدادهم بالمعلومات على النحو الذى يسعى الى تصـــويره النموذج ، يتجـــاهل العـــلاقة بين اجهزة الاعلام والادوات الأخرى التى تســـاهم فى تكيف الافراد مع بيئتهم الاجتماعية ومنها : الاسرة ، زملاء العمل ، جمـــاعة الاصدقاء ، المدرسة ، المســـجد ، الكنيســـة ، النقابات ، الأحزاب السياسية أو كل شبكات العلاقات الرسمية وغير الرسمية والتى من خلالها يتكيف الأفراد مع المجتمع الذين يعيشون فيـــه بمعنى آخر ان اجهزة الاعلام وان كانت تلعب الدور الأساسى فى ترويج المعلومات وتوفيرها للافراد فانها ليست العنصر الوحيـــد الذى يعتمـــد عليـــه الافراد بالصورة التى يسعى النموذج الى تصويرها .

٢ — ينطلق النموذج من افتراض مؤداه : أن أطراف العملية الاتصـــالية لديهم اهتمامات وعلاقات متوازنة فى حين أن العلاقة بين الاطراف الاساسية فى النموذج (A) و (C) و (B) نادرا ما تكون متوازنة أو متقاربة ولا يقتصر عـــدم التوازن على علاقة الاتصـــال فقط وما يحكمها من توجهات متباينة ولكن ايضـــا قد تتضمن علاقة ســـياسية بين (A) و (C) حيث يفرض المصدر (A) ضغوطا سياسية على المؤسســـة الاعلاميـــة أو العكس كمـــا هو الحـــال حينما تملى المؤسسة الاعلامية على المراسل الصحفى أو المندوبين العمـــل بوجهـــة نظر معينة ، ويحدث نفس الشىء أحيانا بين (B) و (C) حينما تتبنى المؤســـسة الاعلامية موقفا سياسيا معينا وتسعى الى ترويجه لدى الجمهور ، كذلك ، فان قدرات (C) على العمل تتوقف على ضوء قدرات (A) فى امداد المؤسسة بالمعلومات والتى لا تستطيع أن تعمل بدونها ، ويشير كل ذلك الى ان أطراف العملية لا تعمل بحرية وعلاقات متوازنة وانمـــا توجد ضغوط وعلاقات غـــير متوازنة بينهما على عكس ما يصور النموذج .

٣ — يبالغ النموذج فى تأكيد درجة الاتســـاق والمشـــاركة فى عمليـــات الاتصـــال الجمـــاهيرى ، فالقائمون بالاتصـــال ، وكذا الجمهور يشـــاركون فى العملية بنفس القدر من الاهتمـــام ، فى حين أن واقع الممـــارسة يكشف أن

كل طرف عادة ما ينخرط فى العمليـــة باهداف وتوجهات قد لا تكون لها علاقة بالطرف الآخر . فأعضاء الجمهور قد يكونوا مجرد متفرجين لما يعرض عليهم من مضـــامين دونهـــا احتياج حقيقى للمواد المقدمة التى يعرضها القـــائم بالاتصال . وكذلك فان القائمين بالاتصال ، قد لا يكونوا فى حالة اتصال حقيقى مع الجمهور وان توجهاتهم تتجه ليس ناحية جمهور المتلقين ، ولكن ناحية رؤساء العمل او زملاء المهنة او المصـــادر التى يحصلون منها على الأخبار(١) . وفى ذلك يتجاهل النموذج خضـــوع ادوار القائمين بالاتصـــال ، وكذا اعضـــاء الجمهـــور فى عمليـــة الاتصـــال للضـــغوط المؤسســـية والمجتمعية ، وهى الضغوط التى تلعب دورا فى تحديد درجة مشـــاركة كل طرف فى هذه العملية فقد يفرض المجتمع مثلا قيـــودا على القائم بالاتصـــال لعدم نشر الاخبار التى تمس الأمن القومى ، أو تعرض تماســـك المجتمـــع للخطر ، كذلك فان الواقع المجتمعى يفرض على الجمهور احتياجات واهتمامات معينة وهكذا .

٦ — نموذج انتقال المعلومات على مرحلتين :

يعد نموذج كاتز ولازر سفيلد لتدفق المعلومات على مرحلتين والتـــأثير الشخصى من النمـــاذج المهمة التى كانت بمثابة نقله أساسية لبحوث الاتصال وعمليـــاته ، وقد جاءت الافكـــار الاســـاسية التى يقدمها نموذج انتقـــال المعلومات على مرحلتين ، لتبلور نتـــائج البحـــوث المبكرة التى سعت لبحث تأثيرات اجهزة الاعـــلام فى الحملات الانتخابية وبالتحديد انتخابات الرياســـة الأمريكية عام ١٩٤٠(٢) .

وقد وجه أصحاب نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين انتقادا حـــادا لنمـــاذج الاتصـــال السابقة والتى كانت سائدة فى تلك الفترة وتنطلـــق من مبدأ المثير — الاستجابة التقليدى وبالتالى ما يقوم عليه من افتراضات . فقـــد ظهر أن التأثيرات الاجمـــالية التى تركتها رســـائل أجهزة الاعـــلام حول الانتخابات ، كانت ضئيلة ، وأن نموذج المثير — الاستجابة كان غير قادر على تصوير ما يحدث فى الواقع الاجتماعى للجمـــاهير الغفيرة بصـــورة مناســـبة أو عمليـــة .

وبتقييم نتائج البحث الذى اجرى على آثار اجهزة الاعـــلام فى حمـــلة

---

(١) تبين ذلك بوضوح فى دراسة ميـــدانية اجريت على العـــاملين بالمؤسسات الصحفية فى مصر ولمزيد من التفاصيل انظر :

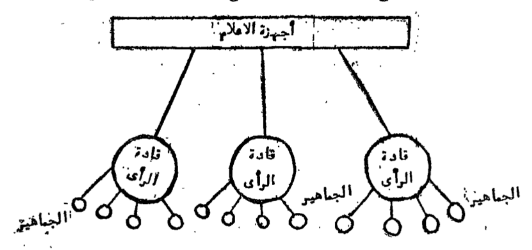
عبد الفتاح عبد النبى ، ســـسيولوجيا الخبر الصـــحفى ، القـــاهرة ، العربى للنشر والتوزيع ١٩٨٩ .

(٢) أنظر فى ذلك :

Paul. F. Lazarsfeld and others, The Peoples choice, N.Y., Columbia University Press, 1948.

الانتخابات الأمريكية لعـــام ١٩٤٠ ، قام الباحثان بتعديل نموذج (المثـــير — الاستجابة) بادخال فكرة تدفق المعلومات على مرحلتين Two step Flew) of Communication) وكذلك مفهوم قادة الرأى (Opinion Leaders) ونتيجة لما كشفت عنه نتائج البحث من فشل نسبى لأجهزة الاعلام فى التأثير على نتيجة الانتخابات فى مقـــابل التأثير القـــوى للاتصـــال الشخصى ، افترض الباحثان ان الأخبار غالبـــا ما تسير من الراديو والصحف الى قادة الرأى . ومن هؤلاء الى القطاعات الأقل نشاطا من السكان .

وقد جرى تتبع هـــذا التصور بالمزيد من البحوث وباعادة التقييم النظرى للنموذج الاصلى فى كتاب التأثير الشخصى الذى قدمه كاتز ولازر سفيلد عـــام ١٩٥٥(١) . ويوضح الشـــكل التالى نموذج انتقال المعلومات على مرحلتين :



(نموذج انتقال المعلومات على مرحلتين)

وكمـــا هو واضح من النموذج ، فان المعلومات تصل أولا الى قادة الرأى من اجهزة الاعلام ، ثم من خلال قادة الرأى الى الجماهير التابعة عبر وسائل الاتصال الشخصى ، فى حين أن التصور السابق لعملية الاتصال الجمـــاهيرى ، كان يشير الى أن المعلومات تصل من أجهزة الاعلام الى الجماهير مباشرة دون وســـيط كمـــا هو الحال فى النموذج الجديد .

ويثير نموذج انتقـــال المعلومات على مرحلتين الافتراضات التالية :

١ — ان الأفراد ليسوا منعزلين اجتماعيا ، ولكن اعضـــاء فى جماعات اجتمـــاعية . كمـــا انهم يتفاعلون مع بعضهم البعض ولهذا تأثير كبير فى تحديد تأثيرات أجهزة الاعلام .

---

(١) انظر فى ذلك :

Katz and Lazarsheld, Personal influence, Glencoe, Free Press, 1955.

٢ — أن الاستجابة ورد الفعل لرسائل أجهزة الاعلام سوف لا تكــون مبــاشرة وفورية ، ولكن تتأثر بطبيعة التفاعل والعلاقات الاجتماعية السائدة بين أعضـــاء الجمـــاعة الاجتماعية .

٣ — ان العمليتين يشتملان على جانبين :

الأول — التعرض والانتبــاه .

والثانى : الاستجابة المتمثلة فى شـــكل قبــول او رفض التأثير والتعرض لا يعنى الاستجابة كمـــا أن عدم التعرض لا يعنى عدم الاســـــتجابة (بسبب البطول التالى من الاتصال الشخصى)(١) .

٤ — ان الأفراد ليسوا متساوين تماما امام الحملات الاعلامية ، ولكن يقومون بأدوار مختلفة فى عملية الاتصـــال ، وبصورة خاصـــة يمكن ان يكون هنـــاك افراد اكثر نشـــاطا فى استقبال وتلقى الأفكـــار من اجهزة الاعـــلام وافراد اقل نشاطا وتعرضـــا لأجهزة الأعلام ويعتمدون اساسا فى الحصـــول على معلوماتهم على الاتصال الشخصى او قادة الراى كمرشدين لهم .

٥ — ان قادة الرأى هؤلاء يتميزون بالتعرض المكثف لأجهزة الاعـــلام وبالعلاقات الواســـعة ولديهم ثقـــة بالنفس باعتبـــارهم قادة ومؤثرين على الآخرين وينسب اليهم دور المصـــدر أو المرشد .

وباختصـــار فطبقا لهذا النموذج ، فان اجهزة الأعلام لا تعمل فى فراغ اجتمـــاعى ولكنهـــا تعمل داخل شبكة معقدة جداً من العلاقات الاجتمـــاعية وتشترك مع مصـــادر أخرى فى نقـــل المعـــارف والمعلومات الى الجمـــاهير الصغيرة من الشعب .

ومع وجاهة الافكار الجديدة التى يحملها هذا النموذج والتى كانت تعد كما اشرنا — انذاك بمثابة تطويرا مهمـــا لبحوث الاتصال الجماهيرى ، الا ان ثمة بعض الانتقادات التى وجهت الى هـــذا التصور وتتحدد فيما يلى :

١ — قد يكون هنـــاك اكثر من مرحلتين فى عملية تنـــاقل المعلومات من اجهزة الأعلام الى الجمـــاهير . فقد تصـــل المعلومات أولا الى بعض الافراد ومن هؤلاء الى الذين يدخلون فى دائرتهم الأجتماعيةثم الى الافراد الأكثر انعزالاً واقل ارتباطاً بهم .

٢ — ان مفهوم قادة الراى ، يمكن أن يكــون مضـــللا ما دام لا يعنى هؤلاء الذين تصدر منهم فعلا الأفكـــار .

---

(1) Illjya Harik, Political Mobilization of Peasant Astady of an Egyptian Community, Indiana University Press, London 1971, PP. 147-148.

٣ — قد يحدث التاثير مباشرة من اجهزة الاعلام على الأفراد المتعرضين لهذه الاجهزة ، وانه ليس من الضرورى ان تتخللها مرحلة قادة الراى(١) .

٤ — يفترض النموذج موقفا تصبح بمقتضاه اجهزة الاعلام هى المصدر الوحيد للأفكار والمعلومات فى حين ان قنوات اجهزة الاعلام قد لا تكون المصدر الرئيسى للمعلومات المتناقلة (حيث قد توفر هذه المعلومات مصادر أخرى مثل المؤسسات المحلية وخبراء التغيير ... الخ) .

٥ — اذا كان النموذج بما يتضمنه من افكار اساسية يعد ملائما لظروف وواقع المجتمعات المتقدمة ، فانه فى المجتمعات الأقل تقدما يفتقد وجاهته حيث يقل انتشار أجهزة الاعلام فى العديد من مناطق هذه المجتمعات فضلا عن ما يعترى هذه المجتمعات من ازمات وعدم استقرار .

٦ — النموذج يحدد فقط فئتين القادة والاتباع ، ويتجاهل فئة ثالثة من الناس وهم هؤلاء الذين لا يتعرضون لأجهزة الاعلام ولا يتناقشون مع هؤلاء الذين يتعرضون لها اى هؤلاء الافراد غير المشتركين فى دائرة الأفكار ، والأفراد غير القادة ليسوا بالضرورة اتباع . وقد اوضح النموذج ان قادة الراى متلقين ايضا للمعلومات(٢) .

٧ — نموذج الاعتماد المتبادل :

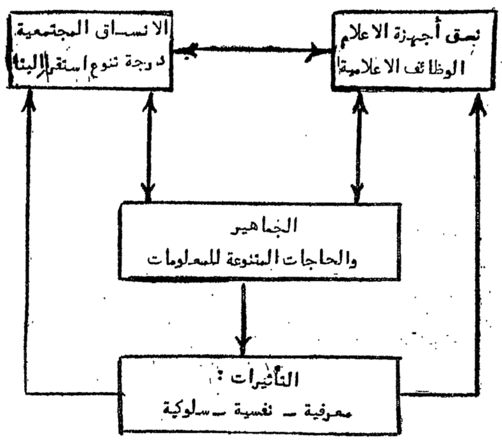
يركز نموذج الاعتماد المتبادل ، الذى وضعه « بول روكتش وديفلير » (B. Rokeach & Defleur) عام ١٩٧٦ ، على الظروف البنائية فى المجتمع والتى تتحكم فى درجة التأثيرات التى تحدثها اجهزة الاعلام . وفى هذا النموذج ينظر الى أجهزة الأعلام بوصفها أنساق للمعلومات (Information systems) تعمل اساسا فى ظل عمليات : أستقرار وتغيير وصراع ، على المستوى المجتمعى والجماعة الفرعية والفرد ويوضح الشكل التالى الافكار الرئيسية للنموذج(٣) :

---

(١) شاهيناز طلعت ، وسائل الاعلام والتنمية الاجتماعية ، القاهرة مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٨٠ ص ٢٨ .

(٢) Denis McQuail, Op. Cit., P. 51.

(٣) Ball-Rokeach, & Defleur, M.; «A dependency Model of Mass Media effects», Communication Research, 3, PP. 3 — 21.



(نموذج الاعتمـــاد المتبادل لبول روكتش وديفلير)

والفكرة الأساسية التى يعبر عنها النموذج تتمثل فى أن افراد الجمهـــور فى المجتمعات الحـــديثة يتجهون للاعتمـــاد على المعلومات التى تبثهـــا اجهزة الاعلام لتكوين معارفهم وتوجهاتهم ازاء ما يحدث فى مجتمعهم الخاص . ويتوقف نوع وحجم هذا الاعتمـــاد على طبيعة الاوضـــاع والظروف البنائية السائدة فى المجتمع وبدرجة اســـاسية على مدى تعرض المجتمع للتغيير ، والاستقرار ، والصراع ، وكذلك الوظائف الاعلامية التى تمارسها اجهزة الاعلام فى الواقع الفعلى .

وعلى ضوء ذلك تتحدد التأثيرات التى تحدث والتى قد تتضمن :

١ — تأثيرات معرفية مثل : خلق او ازالة الغموض ، بلورة الاتجاهات تجديد الأولويات ، تعميق انســـاق المعتقدات ، تطوير القيم .

٢ — مؤثرات نفســـية او ايحائية مثل : خلق الخوف ، القلق ، تزايد او تناقص الروح المعنوية (الاغتراب) .

٣ — مؤثرات سلوكية مثل تنشيط او تهدئة اثارة القضايا او حلولها ، تقديم أساليب العمل والتصرف فى المواقف المختلفة ، احداث السلوك الخيرى ... الخ .

ومن المفيد فى تفسير النموذج ، ان نوضح ان العناصر الثلاثة الأساسية : الجمهور ، اجهزة الاعلام ، النسق الاجتماعى ، تعمل فى علاقة متداخلة واعتماد متبادل على الرغم من اختلاف طبيعة هذه العلاقة من مجتمع الى آخر ، كما أن كل عنصر يمكن أن يختلف ايضا فى طريقة احداثه للتأثير .

فالنسق الاجتماعى ، يختلف فى تاثيراته طبقا لدرجته من حيث الاستقرار فقد يكون مستقرا تماما ، ولكنه يمر ببعض الأزمات المؤقتة . أو كما هو الحال فى بعض المجتمعات النامية قد يكون خاضعا لظروف التغيير السريع ، وقد يكون النسق الاجتماعى مستقرا ولكنه يشهد تحد جوهرى فى شرعيته ووجوده وفى ظل تلك الظروف ، من المتوقع أن تظهر اهداف جديدة ، وتتحدد اتجاهات وتتدعم قيم قديمة أو حديثة . ويؤدى ذلك الى تنشيط عمليات طرح واستقبال المعلومات .

كذلك ، فان علاقة افراد الجمهور بالنسق الاجتماعى سوف تختلف باختلاف التغيرات فى الظروف الاجتماعية ، ففى ظل عمليات التغيير فان بعض الجماعات سوف تحصل على مكاسب معينة وجماعات اخرى سوف تخسر بعض مراكزها . ومن المؤكد ان اعتماد الأفراد على أجهزة الاعلام كمصدر للمعلومات سوف يختلف ايضا فجماعة الصفوة مثلا سوف تسعى للسيطرة على هذه الاجهزة وتوجيه عملياتها لتدعيم مصالحها وتصبح هذه الجماعة اقل اعتمادا على اجهزة الاعلام واكثر اتصالا بالمصادر الاخرى الاكثر تأثيرا ودراية بالمعلومات . فى حين تتجه الجماهير من غير الصفوة للاعتماد على أجهزة الاعلام لتزويدها بالمعلومات الضرورية أو على المصادر الشخصية من ذوى المعلومات الأقل اهمية .

كما ان أجهزة الاعلام سوف تختلف فى مدى تنوعها وقدراتها ومدى الثقة بها ففى اطار بعض الظروف أو فى بعض المجتمعات، فان اجهزة الاعلام قد تصبح اكثر اهمية فى تقديم المعلومات السياسية والاجتماعية من مجتمعات أخرى . كما أن هناك تنوع وتباين فى طبيعة الوظائف التى تقوم بها أجهزة الاعلام فى المجتمعات المختلفة .

وبصفة عامة يتميز نموذج الاعتماد المتبادل بعدد من الخصائص يمكن بلورتها على النحو التالى(١) .

---

(١) Denis McQuail & Sven Windahl, Op. Cit., P. 67.

١ — ان النموذج يفتح مجالا واسيعا لاحتمالات التأثير وبذلك تحاشى الباحثان اتخاذ موقف محدد حول مدى تأثير او عدم تأثير اجهزة الاعـــلام فى المجتمع ، فهو يقررفقط أن ثمة احتمـــال للتأثير ، وأن هذا التأثير يعتمد على مجموعة متباينة من الظروف التىتجتمع فى موقف معين .

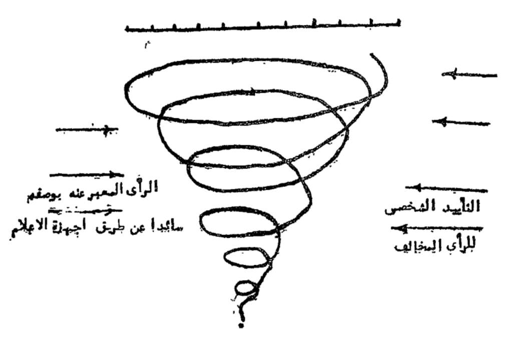
٢ — ان النموذج يوجه الاهتمام الى الاوضـــاع البنـائية والظروف التاريخية للمجتمع اكثر من المتغيرات الفردية او الشخصية فى تحديد تأثيرات اجهزة الاعلام .

٣ — يؤكد النموذج على حقيقة أن التأثيرات متبـادلة فاجهزة الاعـــلام تؤثر على النسـق الاجتماعي ، كمـا ان النسـق الاجتماعى يؤثر على اجهزة الاعلام . وهكذا ، فقد يؤدى ممارسة اجهزة الاعلام لدورها الى المطـالبة بتغيير او اصـلاح وضعية اجهزة الاعلام فى المجتمع وتحديد دورها .

وأيا كانت الافكار التى يقدمها النموذج ؛ فان ما يضعف فاعليتـيه ، فى تقديرنا ، هو مبالغة النموذج فى تفرد واستقلال العنـاصر المختلفـة لعملية الاتصال وبالذات استقلال نسـق اجهزة الاعـــلام عن النسق الاجتماعى ؛ حيث يبدو أن الأول يفهم باعتباره مصـدرا طبيعيـا غير سياسى قادر على تلبيـة أية احتياجات يمكن ان تظهر لدى افراد الجمهور ، او المجتمع . فى حين ان اجهزة الاعلام ترتبط بصـورة قوية أو هى تخضع فى ممارستها لوظائفها للقوى المسيطرة فى المجتمـع .

٨ — نموذج فرض الصـمت : (The Spiral of silence's Model

يناقش هذا النموذج الذى قدمته باحثة علم الاجتماع الالمـانية اليزابيث نويل نيومان (Elisabeth Noelle Neumann) اسلوب تشكيل الراى العام وقد سعت اليزابيث الى تقديم اجابة عن هـذا السؤال تتلخص فى التفـاعل المستمر بين الاتصال الجماهيرى والاتصال الشـخصى ؛ وادراك الفرد لرايه الخاص فى علاقته بالآراء الأخرى فى المجتمع . ويصور الشـكل التالى الافكار الاساسية لنموذج فرض الصمت :



(كلما قل التأييد للراى المخالف ادى الى حدوث الصمت)

ويستند النموذج فى اساسه على الفكرة التى طرحها عالم النفس الاجتماعى « البورت » عام ١٩٣٧ ومؤداها : ان راى الفرد الخاص يعتمد الى حد كبير على ما يعتقده الآخرون أو بالتحديد على ما يدركه المرء انه راى الآخرين .

والمنطق فى ذلك هو ان معظم الافراد يميلون الى تلافى العزلة أو عدم التفرد فى المواقف والمعتقدات ، ولذلك فان المرء يراقب بيئته الخاصية لكى يعرف اى وجهات النظر هي السائدة او التى تحظى بالقبول والقوة وايها اقل انتشارا أو افولا . فاذا ايقن المرء بان وجهة نظره تقع فى الفئية الاخيرة فانه سوف يكون اقل ميلا للتعبير عنها لسبب بسيط هو الخوف من العزلة .

ووفقا لآراء صاحبة النموذج ، فان الراى السائد او المنتشر يتكون على النحو التالي[1] :

كلما تزايد ادراك الأفراد للاتجاهات القائمة ، فانهم يسعون الي تكييف وجهات نظرهم طبقا لهيا ويؤدي ذلك الي تزايد ظهور الراي المرتبط بها ويظل يتزايد الراي حتي يسود . بينما يميل الراى المخالف الي الأفول والتواري ، وهكذا ، فان اتجاه الفرد للجهر براي معين وكتم الآخر يصبح بداية لعملية حلزونية التي تشكل باطراد رايا يصبح هو السائد .

(١) انظر في ذلك :

E., N., Neumann, The Spiral of Silence, a theory of Public opinion, Journal of Communication, 24 PP. 43 — 51.

بيد أن ادراك الفرد ومعارفه ليست هى العنصر الوحيد الذى يعمل هنا ، وانما تعد أجهزة الاعلام عنصر آخر ، حيث غالبا ما تلعب هذه الاجهزة الدور الاساسى فى تحديد وجهة النظر السائدة . كذلك فان عنصرا ثالثا يؤثر فى العملية ، وهو درجة التأييد والقبول من الناس فى البيئة للرأى حيث يظل الفرد محتفظا برأيه فى نفسه طالما لم يظهر الآخرون اهتماما بهذا الرأى وكذلك أجهزة الاعلام . ويؤدى نقص التأييد المعبر عن رؤى الشخص الخاص فى الاتصال الشخصى الى فرض الصمت وعدم التعبير عن الرأى .

وقد سعت صاحبة النموذج لتأكيد صحة افتراضاتها هذه بالاشارة الى التغيرات التى حدثت بمرور الوقت فى مجالات عديدة للرأى العام فى جمهورية ألمانيا الاتحادية . وخلصت بعد ذلك الى وجود علاقة قوية بين مدركات الرأى الغالب وتعبيرات الرأى الشخصى والمؤشر هنا للرأى الغالب هو آراء الكتاب والصحفيين ورجال الاعلام . حيث تقوم أجهزة الاعلام من خلال هؤلاء الأفراد بصياغة تصورات الرأى السائد ومن ثم تؤثر على الآراء الفردية بالطريقة التى يفترضها النموذج .

ويبدو واضحا أن الأفكار التى عبر عنها النموذج ، وان كانت ليست جديدة فى حد ذاتها الا انها قدمت بطريقة جديدة ، وتشير الى الانتشار الواسع لأجهزة الإعلام ودورها كمصدر للمعلومات وترويج الافكار وحقيقة التفاعل الذى يتم فى الواقع بين الاتصال الجماهيرى والشخصى .

بيد أن النموذج يتجاهل الحالات التى يفشل خلالها العديد من الأفراد فى توصيل الآراء الخاصة الى بعضهم البعض ويتملكهم الشعور بأنهم ينتمون الى الأقلية المخالفة ، وفى أحيان كثيرة فان الأغلبية ربما تقبل بصورة غير علنية وجهة نظر الاقلية ، كما أن الاقلية القوية ذات الصوت العالى قد تتمكن من فرض اجماع زائف أو ما يمكن أن نطلق عليه صمت الأغلبية (Silent of Magority)

كذلك ، فان النموذج بصورته الحلزونية ، يثير تساؤلا حول مدى تعبير الحلزونية عن تغير الاتجاه . فالرأى المنحرف أو المقيد او غير السائد يمكن فى ظل ظروف أفضل أن يعاود الظهور والانتشار بسرعة غير متوقعة . كما أن الأمر الأكثر أهمية والذى يتجاهله النموذج يتحدد فى مدى انسجام مضمون أجهزة الاعلام المختلفة حول موضوعات الرأى المفترض سيادته . ويتطلب ذلك تحليلات مركزة حول مضمون أجهزة الاعلام للتعرف على ما اذا كانت تتعامل بصورة ملائمة ومتكاملة مع المشكلة موضوع الرأى . واذا كانت عملية تشكيل الرأى التى يصورها النموذج تحدث غالبا بصورة مؤكدة وثابتة تحت ظروف ومستويات معينة الا أن مدى حدوثها ما زال غير معروف .

ثانيــا : دراسة عملية الاتصال (رؤية محلية) :

اشرنا من قبل الى ندرة محاولات التنظير المحلى لفهم ودراســة عمليــة الاتصال فى المجتمعات العربية(*) . وان عدم توافر قاعدة البيــانات أو بحوث ميدانية جادة ومتكاملة ، يجعل اى محاولة من جانب الباحث للدخول فى هــذا المجال امرا بالغ الصعوبة والتعقيــد . ومع ذلك فان ما توافر لدى الباحث من خبرة بحثية امتدت لأكثر من عشر سنوات حتى الآن من العمل بالمركز القومى للبحوث الاجتمــاعية والجنائية ، واشتراكه فى اجراء العديد من الدراسات الميدانية سواء بمفرده أو فى اطار جماعى حول عملية الاتصال ، يمكن أن يوفر بداية طيبة للاجتهاد فى تقديم رؤية محلية تتيح فهما افضل لعملية الاتصــال فى المجتمع المصرى وتفتح الطريق لاسهامات اخرى جادة فى هذا المجال .

وقبل ان نبدأ فى بيــان معالم هذه الرؤية ، وتحديد العنــاصر الاساسية الفاعلية فى عملية الاتصال ، ينبغى أن نوضح او لعله قد اتضح من العــرض السابق للنماذج والتصورات السابقة ، اننا امام عملية بالغة التعقيد والتشابك تتداخل فيهــا عناصر ومتغيرات عديدة ، يصعب على الاقل من الناحية النظرية حصرها وابرازها فى نموذج نظرى شــامل ، وتزداد هــذه الصعوبة ، على ضوء غموض الواقع الاجتماعى وشدة تناقضه فى المجتمعات العربية وحتى اذا امكن حصر هذه المتغيرات ، فان هــذا النموذج سوف يتحــول الى صــورة يصعب قراءاتها . ويفقد بالتالى اهم وظائف النماذج وهى التحديد والتبسيط . وبالتــالى ، ليس لأحد ان يتوقع من الباحث هنــا التوصل الى نموذج عــام ومحدد يفسر عمليــة الاتصال فى المجتمع ، ويتضمن كل العمليات الرئيســية والفرعية المؤثرة فى هذه العملية من خلال وجهة نظر واحدة . وانما المتوقع هو اظهار العناصر الاساسية فى العملية ومايوجد بين هذه العناصر من علاقات .

لقد تلاحظ وجود قصــور فى العديد من النمــاذج النظرية الموجودة فى التراث ، وعدم وجود تطابق بين كثير منها وما يحدث فى الواقع الفعلى لعملية الاتصــال وبالذات الجماهيرية منها ، فمن ناحية اتجهت معظم هذه النماذج الى التبســيط الشديد للعملية واختزالها بصورة مخــلة رغم ما يحيط بهــا من تعقيــد . فالجمهور ليس مجموعة سلبية من المتلقين ، كمــا أنه ليس كلا متجانسا ، وأن القائم بالاتصال ليس فرادا وانما مؤسسة لها ميكانزماتها وظروفها ، ومن ناحية أخرى تجاهلت غالبية هذه النماذج السياق الذى يعمل فيه الاتصــال وتأثيره فى توجيه العملية الاتصالية وتحديد نتائجها .

كذلك ، اغفلت هذه النماذج التعرض لأثر البعد الدولى فى عملية الاتصال

(*) تفهم عملية الاتصال هنــا بنمطيها الشخصى والجماهيرى ، لاقتناع لدى الباحث بأهمية التكامل بين النمطين واســتحالة فهم احداها بعيــدا عن الاخر .

فلا يوجد — على حد علمى — نموذج نظرى واحد من نماذج الاتصال اهتم حتى الآن بهذا الجانب على أهميته سواء فى اطار الواقع الحالى أو ما يستجد مستقبلا من تطورات تكنولوجية جديدة فى مجال الاتصال الدولى والبث المباشر عبر الأقمار الصناعية الى المجتمعات المختلفة . كما لم تهتم هذه النماذج — فى غالبيتها — ببحث مستويات التأثير المقصودة وانماطها ، وكذا الوحدات الواقع عليها التأثير سواء كانت هذه الوحدات افرادا ام مؤسسات ام نظما اجتماعية ... الخ . كما لم تهتم هذه النماذج بعملية رد الفعل على اهميتها وبالذات فى الاتصال الجماهيرى ، وفهمت هذه النماذج العملية على انها علاقة خطية تتجه من الجمهور الى القائم بالاتصال . مع أن الواقع يشير الى ان الجانب الأكبر من هذه العملية يأتى من جانب القائم بالاتصال نفسه وليس من قبل الجمهور . وذلك من خلال الابحاث الميدانية واحتكاكات وملاحظات القائم بالاتصال وفضلا عن ذلك ، مالت النماذج الى الفصل بين عمليات الاتصال الجماهيرى والشخصى ، وفضل كل نموذج وصف مكونات كل عملية على حده ، فى حين أن التكامل بين النمطين فى الواقع الفعلى ، أمر وارد(١) . بل أن جانبا كبيرا من مضامين اجهزة الاعلام يتم ترويجها ونقلها عبر اساليب الاتصال الشخصى وبالذات فى المجتمعات الريفية حيث تقوم اجهزة الاعلام بتغذية وتدعيم انماط الاتصال الشخصى التى تلعب الدور الأساسى فى هذه المجتمعات(٢) .

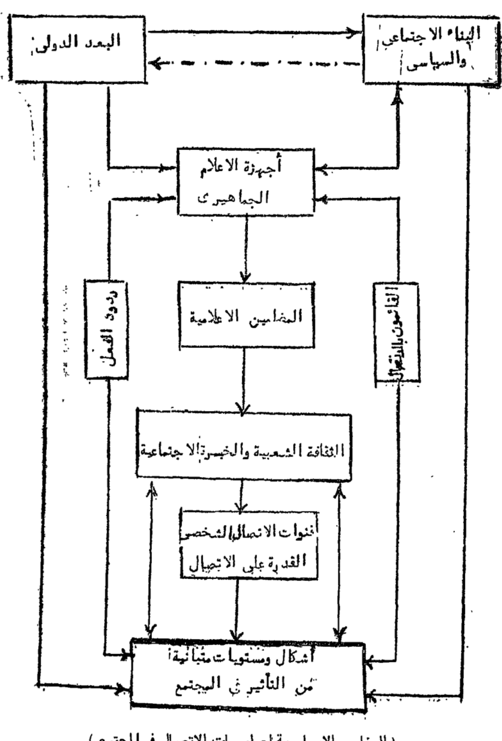
وانطلاقا مما تقدم ، فان عناصر النموذج الذى نقدمه هنا لفهم عمليات الاتصال تمثل العناصر الاساسية لأى عملية اتصال فى أى مجتمع بشرى بيد أن هذه العناصر ينبغى الا ينظر اليها بصورة منعزلة او منفصلة عن بعضها البعض ، وانما هى فى عملية تفاعل مستمرة وحركة دائبة ، تعبر عن العملية الدينامية التى تربط بين كل منها وبعبارة أخرى لا تشير عناصر النموذج المقترح الى علاقات تفاعل نمطية رتيبة تربط بين وحداته ، وانما الى حركة دينامية متغيرة تعكس الأوضاع السائدة فى كل مجتمع وما يموج به الواقع فى كل مجتمع من متغيرات ويلعب فى اطارها احد العناصر دورا مسيطرا على العناصر الأخرى ، وفقا للظروف السائدة فى كل مجتمع ، وطبيعة المرحلة التاريخية التى يمر بها . وبالتالى ، فان محاولة النظر الى النموذج فى اطار العلاقات السببية ، أو تحديد متغيرات مستقلة وأخرى تابعة سوف يوقعنا فى ايسار النظرة الاحادية او الجتبية . ومن ثم فان افضل اسلوب للنظر الى عناصر هذا النموذج تكون فى شكل عناصر متكاملة يعتمد كل منها على وجود الآخر . ويظهر الشكل التالى عناصر النموذج المقترح :

---

(١) أنظر) على سبيل المثال نتائج بحث الدراسة التالية : .

عبد الفتاح عبد النبى ، الاعلام وهجرة المصريين ، دراسة فى الدور التنموى . للاعلام ، القاهرة ، مكتبة النهضة المصرية ، ١٩٨٩ .

(٢) المرجع السابق ، ص ٢٨١ .



(العناصر الاساسية لعمليات الاتصال فى المجتمع)

ويظهر النمـــوذج ان اجهزة الاعـــلام الجمـــاهيرى لا تعمـــل فى فراغ إجتماعى ، وانما تدخل هذه الأجهزة مع بقية النظم والمؤسســـات الاجتماعية الاخرى القائمة فى المجتمع فى شبكة محكمة من العلاقات التبادلية فيما بينها . فمن ناحية تخضع هذه الأجهزة فى ادائها لوظائفها وفى كافة عملياتها لطبيعة البنـــاء الاجتماعى والسياسى الســـائد فى هذا المجتمع ، فهو الذى يحدد نمط ملكية هذه الأجهزة واساليب تنظيمها وادارتها ، ويفرض الأيديولوجية التى تعمل اجهزة الاعـــلام فى اطارها ويحدد الوظائف والمهـــام التى تؤديها فى المجتمع . ومن ناحية اخرى يمثل البنـــاء الاجتماعى والســـياسى مصـــدرا من مصـــادر المعلومات التى تستقى منهـــا اجهزة الاعلام الوقائع والاحداث . ويؤثر بالتالى على نوعية ما يبث عبر هذه الاجهزة من معارف وافكار .

ومن ناحية اخرى ، فان عمليـــات اجهزة الاعـــلام ، تؤثر على الانظمـــة الاجتماعية السياسية القائمة . وقد أوضح « باى » (Pye) ان اجهزة الاعلام تزود الأفراد بالمعلومات السياسية وبجوهر السياسات القائمة . ومن خلالها يمكن تقويم الانشـــطة السياسية او الاطـــار الذى ينبغى ان يربط الحكـــام بالمحكمين فى النظام السياسى الديمقراطى(١) . وقد اظهرت الابحاث الميدانية ، ان اجهزة الاعلام تســـهم فى بلورة الراى العام وفى توفير قاعـــدة اســـاسية لنظام المشـــاركة السياسية او ما يطلق عليه المشـــاركة الشعبية فى الشئون العامة لمجتمعاتهم عن طريق ابداء الآراء حول القضـــايا المختلفة التى قد لا يهتم بها الافراد فى حالة المجتمعات التقليدية او المنعزلة وبحصول الأفراد على المعلومات الضرورية حول القضايا والموضوعات المختلفة التى تمس مجتمعهم وعن طريق ابداء الآراء والتعبير عن هـــذه القضـــايا ، فان الفرد يصبح طرفا فى شبكة الاتصـــال القائمة .

وهكذا ، توجد علاقة تأثير وتأثر بين اجهزة الاعلام من ناحية والانظمـــة الاجتماعية والسياسية القائمة فى المجتمع من ناحية اخرى ، وان هذه العلاقة ينبغى اخذها فى الاعتبـــار عند فهم عمليـــات اجهزة الاعلام او تحـــديد دورها فى المجتمع وموقفها ازاء المشـــكلات المختلفة .

على أن ما يدور داخل المؤسسات الاعلامية ذاتها ، هو الأكثر اهميـــة فى العملية كلهـــا . حيث من الواضـــح انقدرة اجهزة الاعلام على تحقيق اتصال فعـــال يتوقف على ما يدور داخل هذه المؤسســـات . وما تفرضه من قيـــود وقواعد تنظيميـــة وبيروقراطية وكذلك ما تفرضه متطلبـــات العمل والانتـــاج الجمـــاهيرى من ضغوط السرعة والمنافسة والبعـــد عن التكرار والاخراج ، والمساحة ، والامكانيات المادية ... الخ . وهى ضغوط تفرض على العمل

---

(١) Lucion Pye, Communication and Political Development
Prin centon, Princeton University Press, 1963, P. 3.

داخل المؤسسات الاعلامية وتؤثر بالتالى على مخرجات هـذه المؤسسات وتشكيل هذه المخرجات بصورة معينة .

وقد أشار اليوت (Elliot) الى تأثير اساليب العمل داخل المؤسسات الاعلامية على مضمون ما يذاع أو ينشر من مواد اعلامية ، حينما تحدث عن الطبيعة المحدودة جدا للمجال الذى تستمد منه مصدر المعلومة التى تذاع عبر أجهزة الاعلام ، فهى محدودة أو مقصورة على أفكار فريق العمل ، وما يتوفر لديهم من اتصالات شخصية ، والمعرفة الملائمة بالموضوع ، وما يرد على وكالات الأنباء ، وأكد « اليوت » أن المضمون فى النهاية غالبا ما يخضع لأشكال العرض ومتطلباته ، وجذب اهتمام الجمهور اكثر من رغبة نقل أى شيء ذى معنى له (١) .

ولعل ذلك ينقلنامباشرة الى دور القائمين بالاتصال الجماهيرى والذين يعملون داخل المؤسسة الاعلامية وهؤلاء الافراد كما هو واضح فى النموذج يمثلون حلقة الوصل بين المؤسسات الاعلامية والمجتمع . فمن ناحية ، يرتبط هؤلاء بالمجتمع باعتبارهم أعضاء يعيشون فيه ويستمدون منه انتماءاتهم وأصولهم الاجتماعية ، وقد قام المجتمع بتأهيلهم وتقديمهم للعمل داخل المؤسسات الاعلامية . ومن ناحية اخرى تضع المؤسسات الاعلامية قواعد وشروط توظيف هؤلاء الأفراد بها وذلك على ضوء بعض الاعتبارات كالمؤهلات العلمية والمكانة الاجتماعية ... الخ . وتكمن أهمية فهم دور القائمين بالاتصال الجماهيرى وتأثيرهم فى عملية الاتصال فى جانبين الأول : تأثيرهم على اساليب العمل داخل المؤسسة الاعلامية ، وفى عملية انتاج المواد الاعلامية ، والثانى : تأثيرهم على المجتمع والجمهور وذلك على ضوء فهم الجمهور لما يتمتعون به من خصائص كالمكانة الاجتماعية والخبر الوظيفية والمصداقية ... الخ .

على ان ما نود ان نلفت النظر اليه ، وتؤكده المعطيات الميدانية(٢) ان هؤلاء الأفراد (القائمون بالاتصال) كثيرا ما لا يكونون بفعل الأهداف والادوار المتباينة والضغوط التى يعملون فى اطارها فى حالة اتصال حقيقى مع الجمهور ، كما تصورهم النماذج عادة ، وحينما يكونون فى حالة اتصال ، فان توجههم يكون غالبا نحو جمهور خاص ومحدود للغاية ويقتصر فى معظم الأحوال على رؤساء العمل وزملاء المهنة او المسئولين فى الاجهزة

---

(١) Denis McQuail, Towards A Sociology of Mass Communication Collier Macmillan London, 1980 P. 184.

(٢) أنظر المرجع التالى :

عبد الفتاح عبد النبى ، سسيولوجيا الخبر الصحفى ، دراسة فى انتقاء ونشر الاخبار القاهرة ، العربى للنشر والتوزيع ، ١٩٨٩ ص ٢٢٥ .

التنفيذية الذين يستقون منهم المعلومات . واذا سلمنا بذلك ، فان ثمة احتمال بألا يكون هؤلاء مهتمين بالسعى للتأثير فى الجمهور العام او المقصود كما قد لا يكون لديهم تصور محدد عن الجمهور الذى يتوجهون اليه ، مما يضعف من فاعلية الاتصال .

ويخرج المضمون الاعلامى من الوسائل الاعلامية الى الجماهير ، على ان هذه الجماهير المتعددة والمتنوعة المصالح والاهتمامات ، تتلقى هذه المضامين فى اطار ثقافة شعبية معينة وتقضد بالثقافة الشعبية مجموعة الأفكار البسيطة التى تنتشر بين عامة الشعب وتعبر عن النفسية الاجتماعية لرجل الشارع ومشاعر واحاسيس واساليب تفكير الناس وتعكس ظروف حياتهم ونمط تفاعلاتهم اليومية مع بعضهم البعض ومع البيئة .

وتشكل الثقافة الشعبية بهذا المفهم ، الصورة النمطية (Stereotype) التى تتلقى وتفسر الجماهير على ضوئها المضامين الاعلامية ويقومون بتطويعها بصورة تلقائية وانتقائية وفقا لتصوراتهم وتوقعاتهم واهتماماتهم واحتياجاتهم ، وتلعب هنا الخبرة الاجتماعية للفرد وسماته الشخصية والاجتماعية الدور الأساسى فى تحديد امكانياته فى التعرض للمضامين الاعلامية وفى درجة تأثره بهذه المضامين بصورة مباشرة .

وكما هو واضح من النموذج ، فان المضمون الاعلامى ، قد يصل مباشرة الى الأفراد فى المجتمع او يمر عبر قنوات الاتصال الشخصى التى تلعب دورا بالغ الاهمية — كما يصور النموذج — فى نقل المضامين الاعلامية وفى تدعيم او اعاقة نشر هذه المضامين وتحديد كفاءتها التأثيرية . وقد أتضح هذا الدور من خلال دراسات عديدة منها على سبيل المثال ، الدراسة التى اجراها « بول نيوراث » على برامج الراديو فى قرية هندية . فقد وجد «نيوراث» أنه فى المواقف الضابطة حيث كان المستمعون اشخاصا فى وضع عادى لم تمارس هذه البرامج أى تأثير ولكن حينما نظمت جماعات الاستماع وأديرت مناقشات حول البرامج بعد اذاعتها مباشرة احدثت هذه البرامج تأثيرا كبيرا واتبع اغلب المستمعين الاقتراحات التى قدمتها(١) .

ويذهب البعض الى أن عضوية الجماعات الصغيرة الاولية كالأسرة ، والدائرة الحميمة من الاصدقاء ، أقوى تأثيرا فى تقرير قيم الفرد واتجاهاته وسلوكه من اى تأثيرات تقوم بها أجهزة الاعلام فيلجأ الأفراد الى هذه الأجهزة سعيا وراء ما يريدونه وليس ما تريد وسائل الاعلام أن تحدث فيهم من أثر . وللافراد فى ذلك خيار ضخم نظرا لتعدد وسائل الاعلام وكثرة

---

(١) نقلا عن محمود عودة ، اساليب الاتصال والتغير الاجتماعى ، مرجع سابق ، ص ١١٢ .

وحداتها . كما أن للافراد دفاعاتهم فهم يدافعون عن معتقداتهم الراسخة كما يميلون للاعتماد على فئاتهم الاجتماعية ومرشديهم الخصوصيين ، وتعمل القنوات الشخصية للاعلام جنبا مع وسائل الاعلام وتقوم بتصفية الرسائل الصادرة من هذه الوسائل ، ولما كان كل فرد مغمورا فى شبكات من الانصال الشخصى فان نجاح أى رسالة صادرة عن اجهزة الاعلام يتوقف على مدى تأييد البيئة الاجتماعية او الشبكة أو معارضتها للرسالة(١) .

وتتاثر قنوات الاتصال الشخصى كما هو الحال فى قنوات الاتصال الجماهيرى بالعديد من المتغيرات فهى أولا : تتأثر بما يتوافر لدى الأفراد من قدرات على الاتصال والتفاعل مع بعضهم البعض وهى القدرات التى تتحدد على ضوء السمات الشخصية ، والمكانة الاجتماعية / الاقتصادية للفرد ، والدور الذى يلعبه فى الحياة العامة ، كما تفرض القيم الثقافية السائدة وطبيعة البناء الاجتماعى والسياسى التأثيرات الفاعلة ايضا على قنوات الاتصال الشخصى .

وعلى ضوء خصائص المضمون المقدم ، ونمط الثقافة الشعبية السائدة التى يتداول المضمون خلالها ، والخبرة الاجتماعية لأعضاء الجمهور وسماتهم الشخصية والاجتماعية وخصائص البناء الاجتماعى ومدى التفاعل ومساندة قنوات الاتصال الشخصى ، تتحدد أنواع ومستويات التأثير فى العملية الاتصالية. فقد تأخذ هذه التأثيرات شكل تغيير رؤى وطموحات الافراد او زعزعة مجموعة من القيم والاتجاهات السائدة وابراز قيم اخرى او الحد من كثافة اتجاهات معينة . وقد تأخذ التأثيرات شكل تدعيم بعض القيم والاتجاهات ؛ وقد يقتصر التأثير على تزويد الأفراد بالمعارف والمعلومات . وقد يمتد ليشمل تشكيل الآراء والاتجاهات وتغيير انماط السلوك ، وحول مستوى التأثير . قد يتحدد هذا المستوى فى الفرد أو فى الجماعات الأجتماعية أو النظم الاجتماعية أو المجتمع ككل ، وقد تأتى هذه التأثيرات آنية وعاجلة وقد تأخذ صورة تراكمية وممتدة . وكما هو واضح فى النموذج فان هذه التأثيرات تؤثر بدورها على الثقافة الشعبية والخبرة الاجتماعية للافراد تدعيما أو تغييرا فكأن هناك علاقة جدلية بين الثقافة والاتصال ، فالثقافة الشعبية تؤثر على الطريقة التى يتعامل بها الأفراد مع اجهزة الاعلام ، كما أن مضامين هذه الأجهزة ونتائج عملياتها يؤثر فى الثقافة السائدة وهكذا .

على أننا نعود فنؤكد أن التأثيرات التى تتركها عمليات الاتصال بنمطيها الشخصى والجماهيرى تظل محكومة بصرامة بالبناء الاجتماعى

---

(١) عبد العزيز شرف ، وسائل الاعلام وهندسة العادات والتقاليد ، مجلة المنهل ، العدد ٤٦٣ ، السنة ٥٤ ، المجلد ٤٩ ، مايو ١٩٨٨ ص ١٤ .

والسياسى والثقافى ، الذى يعيش فى اطــاره الفرد ، فقــد يعجب الفرد بفكرة جرى نقلها اليه خلال العملية الاتصالية ، ولكنه لا يتمكن من ممارستها لضغوط قد يتعرض لهــا بفعل عوامل قدتتعلق بالامكانيات او مجموعة القيــم والمعايير والاعراف الســائدة بين الجماعات الاجتماعية التى يتعامل معها الفرد وان كان ذلك لا يمثل حكمــا عاما ، حيث ان الأمر سيختلف باختلاف نوعية الافكار والتصرفات المطروحة وايضــا باختلاف الافراد من حيث السمات الشخصية والاجتماعية ومدى التزامهم بمعايير الجمــاعة ومع ذلك وبافتراض عـــدم توافر الامكانيات المادية للفرد أو شدة ولائه لمعايير الجماعة فان الفكرة تظل كامنة لديه حتى تتهيأ له الظروف لممارستها .

ويعد قيــاس رد الفعل للرســائل الاعلامية التى توجهها اجهزة الاعلام الى الجمهور من اهم العمليــات المؤثرة فى عمليــة الاتصال ولا تقل أ همية عن دور القائمين بالاتصــال فى العملية كمــا يصور النموذج ، فاذا كان رد الفعل فى الاتصـــال الشخصى تلقائيا ومبــاشرا ويستطيع القائم بالاتصـــال على ضــوء ردود افعـــال المتلقى تغيير وتكييف منبهاته باستمرار مما يحقق دعمــا وفعالية اكبر لهذا النوع من الاتصـــال ، فان الأمر جــد يختلف فى الاتصـــال الجماهيرى فالقائمين بالاتصـــال الجمـــاهيرى ليسوا على اتصـــال مبــاشر بالجمهور وفى اغلب الأحوال ليس لديهم معلومات كافية عنه ، كمــا أن هذا الجمهور غير متجانس ومتباعد ويعيش فى اطار ظروف واوضاع متباينة وما لم يكيف القائمون بالاتصـــال رسائلهم باستمرار وفقا لهذه المتغيرات فمن المحتمل فشـــل عمليـــة الاتصال برمتها .

على أن أغلب نمــاذج الاتصـــال ، قد اختزل هــذه العمليـــة — على اهميتها — فى مجرد خط يتجه مؤشره من الجمهـــور الى القـــائم بالاتصـــال متجاهلين بذلك أن هذه العملية يقــوم بهــا فى الأســـاس او هى على الأقل مسئولية القائمين بالاتصـــال انفسهم او المؤسســـة الاعلامية التى يعملون بهــا حيث تلعب الابحاث والمسوح والدراسات التى تقوم بهــا المؤسســـة على الجمهور دورا فى توفير بيانات حول رد فعل الجمهور لرســائل هــذه المؤسســـة . ومن هنــا يصور النموذج هــذه العمليـــة فى خط ذى مؤشر مزدوج ، حيث قد يأتى رد الفـــعل من أعضــاء الجمـــهور الى المؤســـسة الاعلامية او تقـــوم المؤسسة بنفســـها بمهمة التعرف على رد الفعـــل لدى الجمهور . وتكمن أهمية ذلك فى توجيه الانتبــاه الى ضرورة قيام المؤسسات الاعلامية — وباستمرار كمهمة أســـاسية — باجراء الدراسات والمســـوح للتعرف على خصائص جمهورها وردود أفعالهم تجاه رسائلها وعدم الاكتفاء بانتظار تدوم رد فعــل الجمهور اليهــا بالطرق التقليـــدية او بمبـــادرة من الجمهور ذاته حتى يمكن رفع كفـــاءة الاتصال .

فاذا انتقلنـــا الى البعد الدولى فى النموذج ، نجد ان هذا العنصر ،

الذى تجاهلته حتى الآن معظم نمـــاذج الاتصـــال على خطورته يمارس دورا مباشرا ومؤثرا فى العملية الاتصـــالية من خلال علاقته بثلاثة عناصر أساســية فى النموذج وهى : البنـــاء الاجتمــاعى والسياسى والمؤسسة الاعلاميـــة ، والمجتمع كأفراد ، وذلك فى اطار علاقات القوى الســـائدة فى عالم اليـــوم ، وممارسة الدول الكبرى والمتقدمة نفوذا متزايدا على المجتمعات الاقل تقدما . وبصـــفة عامة يمكن القول أن البعد الدولى يؤثر فى عملية الاتصال من خلال اربعة أبعاد أســـاسية : البعد السياسى الايديولوجى ، البعد الاقتصادى التكنولوجى ، البعد التنظيمى أو المؤسسى ، البث الاعلامى المباشر .

فمن الثابت انقسام العالم الى دول متقدمة وأخرى أقل تقدما ، وأن هذه الدول المتقدمة ، تحاول فى تعاملاتها مع الدول الاقل تقدما فرض توجهاتها السياسية والفكرية ، والتأثير فى نظم ومؤسســات الحكم فى المجتمع النامى ، ويبدو التأثير واضـــحا فى هـــذا المجـــال فى تدخل هذه الدول بصورة مباشرة أو غير مبـــاشرة فى تحديد طبيعة وضـــعية أجهزة الاعلام وبالذات فيما يتعلق بنمط الملكيـــة وأســـاليب اداء أجهزة الاعـــلام وتوجهاتها الأيديولوجية بحيث تتفق مع نظم وأساليب ادارة هذه الاجهزة فى الدول المتقدمة على تنوعها .

اما فيمـــا يتعلق بالبعـــد الاقتصادى التكنولوجى ، فاننا نجد أن السوق الراسمالية العالمية تمارس دورها فى تزويد المؤسسات الاعلامية بالوســـائل التكنولوجية وأدوات الاتصـــال الحديثة والتى تؤثر بصورة مباشرة على كفـــاءة عملية الاتصال فى المجتمع المحلى . ويرتبط البعد التنظيمى أو المؤسسى بالبعدين السابقين ، ويتمثل فى الرابطة التى تربط بين المؤســـسات الاعلاميـــة المحلية والمؤسسات الاعلامية العالمية ووكالات الأنباء وشركات الاعلان والاتصـــال الدوليـــة . وطبيعة العلاقات القائمة بينهما ، حيث تمارس المؤسسات الدولية بصفة عامة سواء بطريق مباشر أو غير مباشر دورها فى التأثير على المؤسسات الاعلامية المحلية(١) عن طريق التحكم فى تزويدها بالبيانات والمعلومات اللازمة حول الأحداث والوقائع التى تدور فى مختلف انحاء العالم ، بل وفى كثير من الأحيـــان بالمعلومات المحلية التى تعجز أجهزة الاعلام المحلية نتيجة لضـــعف امكانياتها المـــادية أو لسوء عمليـــات التنظيم والادارة أو بفعل عمليات التقييد والتوجيه الصارمة التى تتعرض لهـــا هذه الأجهزة فى العديد من بلدان العالم الثـــالث .

اما البعد الرابع ، فيتمثل فى البث المباشر ، سواء من خلال الصـــحف

---

(١) للوقوف على عرض مفصـــل لطبيعة هذا التأثير وعلاقة التبعية التى تربط المؤسسات الاعلامية المحلية بالمؤسسات الاجنبية . انظر :

عواطف عبد الرحمن ، قضـــايا التبعية الاعلامية والثقافية فى العالم الثالث ، عالم المعرفة ، الكويت ، ١٩٨٤ .

الأجنبية الوافدة او الاذاعات الدولية ، أو البث التليفزيونى عبر الأقمار الصناعية . وتؤثر هذه المضامين على ثلاثة عناصر أساسية فى العملية الاتصالية ، العنصر الأول اجهزة الاعلام المحلية حيث عادة ما يستنفذ جانبا كبيرا من جهد هذه الأجهزة فى ازالة آثار المضامين الوافدة وبالذات غير المرغوبة أو المناهضة لسياسة الدولة ، والعنصر الثانى ، على قنوات الانصال الشخصى ، حيث تتولى هذه المضامين الوافدة تغذية هذه القنوات بالمعلومات والوقائع وبالذات تلك التى تتجاهلها قنوات الاعلام الرسمية ، المحلية ، اما العنصر الثالث فيتعلق بالجمهور حيث تترك المضامين الاجنبية تأثيرات مباشرة على الجمهور المحلى .

ومن الجدير بالذكر ، أن فاعلية وتأثير المحاور الاربعة المتعلقة بالبعد الدولى ، تتوقف على طبيعة نظم الحكم المحلية وأساليب الحياة الثقافية لهذه المجتمعات حيث أن المؤسسات الاعلامية فى بلدان العالم الثالث وقنوات الاتصال الشخصى ، وافراد الجمهور فى هذه المجتمعات ليسوا متلقين سلبيين للتأثيرات القادمة من قنوات الاتصال الدولية وانما تلعب نظم الحكم والخصوصية الذاتية والثقافة الشعبية دورا مهما فى تحديد مدى الدور الذى تلعبه هذه القنوات وفى عمق تأثيرها على جمهور هذه المجتمعات وعملية الاتصال بها بصفة عامة .

الفصل الثالث

تكنولوجيا الاتصال (الماهية والتوظيف)

الفصـــل الثـــالث

تكنولوجيا الاتصـــال (المـــاهية والتوظيف)

اظهر العرض الســـابق لماهية الاتصـــال وعمليـــاته ، أن الاتصـــال على اختلاف اشـــكاله ومستوياته يتحقق من خلال وســـيط ، هذا الوسيط يلعب دورا مهم فى عملية الاتصـــال والتأثير على نتائجهـــا(*) . ومهمة هـــذا الفصل ، هو تسليط الضوء على هذا الوسيط التكنولوجى ، ومحاولة التعرف على ماهية تكنولوجيا الاتصـــال وخصـــائص هـــذه التكنولوجيا ومدلولاتهـــا الثقافية وأسلوب توظيفهـــا فى الحيـــاة العامة كمدخل يساعدنا فيمـــا بعد على فهم طبيعة العلاقة بين هـــذه التكنولوجيا والثقافة المحلية وهو الهـــدف الأســـاسى من هـــذا العمل .

١ — مفهوم تكنولوجيا الاتصـــال :

يشـــــير معجم اللغـــة الانجليزية (oxford dictionary) أن كلمـــة (Techni) تعنى أسلوب أداء أو المهنـــة ، وان كلمة (Technology) تعنى العلم الذى يدرس تلك المهنـــــة ، وترتبط كلمة تكنولوجيا فى أذهان العـــامة بالأدوات والآلات المتطورة الحديثـــة التى يبتكرها الانســـــان لتدعيم قدرته على التعـــامل مع البيئـــــة التى يعيش فيهـــا(١) . فالانســـان لديه قدرة على البصر لكن هـــذا البصر الانســـانى محدود ، فسعى الانســـان الى اختراع أداة أو وســـيلة يســـتطيع من خلالهـــا أن يلاحظ بدقة الأشـــياء المتناهية فى الصغر أو تلك التى تقع على مسافات بعيدة ، فكـــان ابتكـــار أدوات الميكروسكوب والتلسكوب وغيرها ، كمـــا يوجد لدى الانسان جهـــاز السمـــع ولكنه ايضـــا محدود وقاصر فسعى الى ابتكار وسيلة تمكنه من ســـماع الأصوات التى تصدر على بعد آلاف الكيلـــو مترات ، فجاء اختراع الراديو والتليفزيون وغيرها ، وهكذا يشـــير مصطلح التكنولوجيا الى مجمل الحيل أو الطرق أو الوســـائل التى يستخدمها الانســـان فى تلبية احتياجاته ومعالجة ما يواجهه من مشـــكلات فى حياته اليومية .

(*) فى الاتصال الشخصى مثلا ، تعد اللغة ، والاشـــارات ، والرموز والخطابات وشريط التسجيل ... الخ وسيط تكنولوجى لتحقيق الاتصـــال كمـــا تعد الصحف ، والراديو ، والتليفزيون ، والسينما والكتـــاب ... الخ وسائط تستخدم فى مجـــال الاتصـــال الجماهيرى .

(١) ابراهيم السمان ، تعامل غير متوازن ، مجـلة العربى ، مـــايو ، ١٩٨١ ص ٦٠ .

وقد شاع استخدام مفهوم التكنولوجيا فى الآونة الأخيرة فى العديد من الكتابات ، بيد ان المدقق فى هذه الكتابات — على اختلافها يلاحظ تفاوت نظرتها الى هذا المفهوم وتراوح استخدامه بين التطبيق الذى يقصر المفهوم على مجرد الطريقة او الاداة التى يستخدمها الانسان فى عمل او عملية ما والشمول الذى يوسع من نطاق المفهوم ليشمل مجموع الآلات والانظمة ووسائل السيطرة والتجميع والتخزين ونقل الطاقة والمعلومات ... الخ كما يلاحظ أن البعض قد يقصر اطلاق هذا المفهوم على الاختراعات والتقنيات الحديثة وبالذات المستوردة من الدول المتقدمة فى حين قد يشير مفهوم التكنولوجيا لدى البعض الآخر الى كل الاختراعات والتقنيات الحديثة والقديمة التى يستخدمها الانسان فى تلبية احتياجاته اليومية ، وبذلك ، فان المحراث اليدوى الذى يستخدمه الفلاح فى حرث الارض ، والشادوف الذى يستخدمه فى رفع المياه ورى مزروعاته ، تعد أدوات تكنولوجية تلبى للفلاح حاجته للزراعة ، وتساعده على حل المشكلات التى تواجهه فى هذا المجال مثلما هو الحال مع المحراث الآلى وماكينة الرى فالاختلاف بين الآلتين ، المحراث اليدوى والمحراث الآلى هو اختلاف فى القدرة على الأداء ، والكفاءة فى تلبية الاحتياجات ومعالجة المشكلات . كذلك ، فان قرع الطبول ، أو اشعال النار ، أو الصعود الى المآذنة للآذان أو الكتابة على الحائط تعد فنون تكنولوجية تستخدم فى مجال الاتصال ونقل المعانى للآخرين تماما مثلما هو الحال مع الراديو أو التليفزيون أو الصحيفة ... الخ . ومع اختلاف القدرات بينهما ، الا أنها جميعا تعد ادوات تكنولوجية كان وما يزال يستخدمها الانسان لتلبية رغباته فى الاتصال وتحقيق التكامل مع الآخرين .

ويفرق البعض بين التكنولوجيا والعلم فالتكنولوجيا فن معرفة الوسيلة فى حين أن العلم هو معرفة العلة(١) . ويرى « سيد عويس » أن التكنولوجيا نشأت مستقلة عن العلم طوعها الانسان بالتجربة . لقد عرف الانسان مثلا تكنولوجيا التعدين كاستخلاص الحديد والنحاس والذهب وغيرها من خاماتها قبل ان يلم بالمعارف العلمية التى تستند عليها عمليات الاستخلاص. وعرف الانسان الفلاحة واختيار المحاصيل وتربية الحيوان قبل أن يلم بالمعارف العلمية عن دوره حياة النبات وعلوم الوراثة . بيد أنه يرى أنه مع التقدم السريع الذى احرزته البشرية فى مجال العلوم اصبحت العلاقة بين العلم والتكنولوجيا علاقة وثيقة عطاءا واخذا ، فقد قامت مثلا تكنولوجيا الاتصال عبر الاقمار الصناعية على اساس من نتائج علوم الفضاء

---

(١) فلاح سعيد جبر ، مشاكل نقل التكنولوجيا ، المؤسسة العربية للدراسات والنشر ، بيروت ، ١٩٧٩ ص ٥ .

والفلك والالكترونيات ، كمـا أن هذه التكنولوجيا قد زادت من قدرة هـذه العلوم على ارتياد مجالات أفسح وأعمق(١) .

وفى مجال الكتابات الاعلامية كثيرا ما تظهر كلمة التكنولوجيـا مقرونة بكلمة اخرى كالمعلومات او الاعلام أو الاتصال ... الخ . فيقال تكنولوجيـا المعلومات او تكنولوجيا الاعـلام او الاتصـال ، وهى قد تشـير لدى البعض الى تلك الأدوات التى تستخدم فى تدعيم قدرة الانسـان على نقل المعلومات وتبادلها مع الآخرين وقد يمتـد المعنى لـدى البعض الآخـر ليشـير الى النشاطات الخاصة بانتاج وتشغيل وتخزين ونقل ومعالجة ونشر المعلومات وهى العمليات التى تتضمن النشاطات التقليـدية كالابحـاث والدراسـات والمكتبات والطباعة والنشر والتليفزيون والاذاعة والصحافة ، وكذا النشاطات المستحدثة كالاستشعار عن بعد والاتصـالات الهاتفية والتلغرافية واجهـزة الكمبيوتر وتخزين المعلومات واسترجاعها(٢) .

وأيا كان الأمر ، ومع ادراكنا لأهمية دراسة تكنولوجيا الاتصـال بوصفها مجمل المعارف والخبرات المتراكمـة والمتـاحة والادوات والوسائل المـادية والتنظيمية والادارية المستخدمة فى نقل وتبادل المعلومات بين الافراد والمجتمعات الا أنه فى اطـار اهداف العمل الراهن ومتطلباته فان فهمنا لتكنولوجيا الاتصال سيقتصر على اسـاس انهـا : « **الوسيط المستخدم فى نقل وتداول المعلومات والأفكار بين الافراد فى المجتمع** » .

وتكنولوجيا الاتصـال بهـذا المعنى قد تطورت تطورا كبيرا وتعـددت انواعها ومجالاتها حتى اصبح العالم الذى نعيش فيه فى الوقت الحاضر يتقلص ويتضاءل يوما بعد يوم وربمـا لحظة بعد اخرى ، واصبحت المعلومات عن هذا العالم تكاد أن تكون متبادلة بين المجتمعـات الانسـانية على اختـلافها وذلك بفضل ما استحدث من فتوحات علميـة تكنولوجية فى مجال الاتصالات السلكية واللا سلكية والأقمـار الصناعية وغيرها وتزايدت حـدة المنافسة بين الدول الصناعية الكبرى فى مجال تطوير اجهزة الاتصال ارسالا واستقبالا وشملت هذه المنافسة اجهزة الراديو واجهزة الاستقبال التليفزيونى واجهزة الفيديو وكاميرات التصوير ، والنقـل التليفزيونى وآلات الطباعة الاليكترونية والمسـتقبلات الهوائية وكابلات البث التليفزيونى واجهـزة التقـاط المعلومات والارسـال

---

(١) سـيد عويس ، علم الاجتماع فى المجتمعات النامية بين الاسـتقلال والتبعيـة ، فى اشـكالية العلوم الاجتماعية فى الوطن العربى ، مؤلف جماعى ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، ١٩٨٤ ص ٢١٨ .

(٢) انطوان زحلان ، الشروط الواجب توافرها لمشـاركة عربيـة فى التكنولوجيا المتقدمة ، ندوة التكنولوجيا المتقدمة ، منتدى الفكر العربى ، عمان ١٩٨٦ ص ٢٢ .

الاذاعى والأقمــار الصناعية كوســيلة لتبادل الارسـال والبث المباشر بين المناطق الجغرافية المختلفة

ويفيــد هنــا أن نسلط الضوء على بعض الوسائل التكنولوجية الكبيرة ، والصــغيرة المستخدمة فى مجــال الاتصــال :

(أ) تكنولوجيا الاتصال الكبيرة :

يقصد بتكنولوجيا الاتصال الكبيرة تلك الوســائل المســتخدمة فى نقــل المعلومات وتداولها على نطاق جماهيرى واســع ويقف خلفها تنظيمات مؤسسية تمولها وتديرها وتوجه مضامينها أو بعبارة أخرى ، هى الوسائل التى تشــكل نظام الاتصــال المركزى فى المجتمع ومن هذه الوسائل :

١ — الصــــحف :

الصحيفة مطبوع دورى يصــدر بصــفة منتظمة تحت عنوان ثابت وفى موعد محدد و يتولى هــذا الاصــدار هيئة أو مؤسسة أو دار نشر ، تضــم فريق من العاملين لكل منهم مهــام محددة وتحمل الصحف الرسائل فى شــكل كلمــات مطبوعة توضع فى نظــام وتسلسل خاص كمــا توضع الرســائل فى شــكل منســق جذاب ، وتتجه الصحف برسائلها المتنوعة التى تحملها الى هــؤلاء الأفراد الذين يعرفون القراءة ، وهى بذلك ، تتطلب وجود مســتوى ثقافى معين لدى الفرد المتلقى .

وتعد الصحف اقدم وســائل الاتصــال الجماهيرى قاطبة حيث يعود بداية الاتصال المطبوع الى منتصف القرن الخامس عشر حينما اخترع جوتنبرج الطباعة بالحروف المتحركة (١) وظلت الصحف منذ هــذا التــاريخ فى نمــو مطرد لا تقف دونه عوائق يمدها العلم والاختراع بكل ما يدفعها قدما الى الأمام بداية من تطور الطباعة الى تقدم وســائـل المواصــلات حتى بلغت مكانتهــا الحاضرة ، وما زال العلم والتكنولوجيا يزودانها بالضخامة والزيوع والانتشــار حتى غدت فى الوقت الحاضر صــناعة ضخمة متميزة لهــا أصــولها الفنيــة والادارية والتحريرية .

وتتعدد أنواع الصحف فهناك الجريدة اليومية والمجــلة الاســبوعية أو الشهرية أو الفصلية ، وهناك الصحف العامة والأخرى المتخصصة ، ولكل نوع من هذه الانواع ادوار معينــة فى نقل الرســائل الاعلامية(٢) . فاذا كانت

---

(١) خليل صابات ، وسائل الاعلام نشأتها وتطورها ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٧٦ ص ٣٦ .

(٢) حســين فوزى النجار ، الاعلام المعاصر ، سلسلة اقرأ ، ينــاير ١٩٨٤ ، ص ١١١ .

الصحيفة اليومية تنقل الى القارىء صـــورة سريعة لوقائع الحياة اليومية ، فان المجلات — كل فى ميدانها — تزود القارىء بالمعـــارف والمعلومات والتحقيقات المتعمقة لحدث من الاحداث لا تحتمل الصحيفة اليوميـــة الافاضة او الالمـــام بكل نواحيه . كما ان المجلات المتخصصة ، تزود الفرد بكل جديد فيما تتخصص فيه من العلوم والآداب والفنـــون .

ومع هـــذا التنوع فى ادوار الصحف ، فانها جميعا تنفرد عن بقية وسائل الاعلام بعـــدة مميزات وخصـــائص منها :

١ — القدرة على تقديم حزمة من المضامين المتنوعة والمسهبة ووجهات النظر المختلفة فى آن واحد .

٢ — اتاحـــة الفرصـــة امـــام المتلقى للســـيطرة على توقيت التعرض بالطريقة التى تناسبه لقدرة الصـــحيفة على الاحتفـــاظ بالمعلومات .

٣ — توفير عنصر المشـــاركة الايجابية بين المتلقى والمـــادة الاتصالية ، حيث تتطلب عمليـــة القراءة نشـــاطا وتركيزا معينا من جانب الفرد .

٢ — الراديو :

الراديو وســـيلة من وسائل الاتصـــال بالجمـــاهير ،تتالف من جهازين الأول : اكثر ضـــخامة وتعقيـــدا للبث الاذاعى أو محطة ارسال عادة ما تديرها هيئـــة أو مؤسســـة حكومية ، يتم من خلال هذه المحطـــة تركيب الصـــوت البشرى أو الرسائل التى يراد نقلها الى الأفراد على موجات كهرومغناطيسية متنوعة التردد من حيث الطول والقصر ، وتســـير هذه الموجات حاملة الرسالة الصوتية الى مســـافات متباينة من الكرة الأرضـــية وفقا لطول ترددها متخطية الحواجز والعقبـــات . والثانى : جهاز استقبال يحوزه الفرد يتم من خلاله تنقية الصوت البشرى من الموجة الحاملة وسماعة بصورة طبيعية . وتتعدد قنوات الارســـال الاذاعى ، كمـــا تتعدد الرسائل التى تحملها الى الأفراد . ويستطيع الفرد المتلقى من خلال جهـــاز الاستقبال الانتقاء من بين هذه القنوات الرسائل التى يرغب فى التعرض لها تماما مثلمـــا هو الحال فى الصحيفة .

ويســـتطيع الراديو بمـــا يتميز به من خصـــائص من الوصـــول الى مختلف الجماعات الاجتماعية على تباين مواقعها ومستوياتها الاجتمـــاعية والثقافيـــة كمـــا انه وســـيلة تتميز بالمرونة وسهولة الاستخدام والفورية فى نقل الاحداث فى التو واللحظـــة ، وســـاعد اختراع الترانزســـتور على ســـهولة حمـــل الراديو ومصاحبته للفرد فى تجواله وترحاله . ويتيـــح اســـتخدام المؤثرات الصوتية ، والموسيقى ، والحوار المزيد من الجاذبية والحيوية فى الرسائل التى

يقدمها الراديو(١) . وفضـــلا عن ذلك ، فان الراديو ينفرد بميزة اتاحة الفرصة للفرد للاستماع والمشـــاركة فى عملية الاتصال دون تفرغ تام ، وهو ما لا تتيحه بقيـــة وســـائل الاتصـــال الأخرى .

٣ ـــ التليفزيون :

التليفزيون هو تطوير تكنولوجى للراديو ، حيث تستطيع اجهزة الارسال والاستقبال التليفزيونى ان تنقـل الصـــوت والصورة معـــا والاختـــلاف بين التليفزيون والراديو هو اختلاف فى طبيعة الاهتمـــام والتركيز اثنـــاء التعرض، وفى درجة التعقيد والتكلفة التى يتطلبهـــا بالمقـــارنة بالراديو . وقد اصـــبح التليفزيون يحتل مكانة مرموقة بين اجهزة الاتصـــال الحديثـــة . وفى حيـــاة المواطن المعاصر . فقد ارتفعت هوائيـــات اجهزة التليفزيون فى كل مكان ، وادى ظهور اجهزة اخرى مكملة له كالفيديو والشرائط المتنوعة ، وشاشـــات التكبير والهوائيـــات بموتوراتها التى توجهها لالتقاط برامج من محطات نائيـــة واقمـــار البث المباشر الى زيادة فاعلية التليفزيون كأداة من أدوات الاتصـــال الجماهيرى ، تستطيع منافسة الراديو فى المدى والبعد لتجعل من الكرة الأرضية داخل مدى الرؤية . فقـــد أصبح التليفزيون قادرا على نقل البرامج من اى بلد يرغب ، فيمكنه نقل مباراة كاس العالم فى ايطاليا الى مصر ، كمـــا يســـتطيع نقل مناقشات البرلمان السوفيتى حول سياسات الاصلاح التى يتبعها الزعيم الســـوفيتى ميخائيل جورباتشوف .

ومع ظهور تليفزيون صـــغير الحجم يعمل بالبطارية ، اصبح من اليسير أن يحمله الانســـان فى سيارته أو فى اى مكـــان يريد تماما مثلمـــا هو الحال مع الراديو والترانزستور . وجاء اختراع الفيديو ـــ كجهاز مكمل كما اشرنا ـــ ليضيف ميزة جديدة الى التليفزيون لا تهدد مسجلات الصوت فحسب ، ولكنها تشـــكل خطر حقيقيا على الســـينما ذاتها ، بعد ان اصبح قادرا على نقـــل ارساله الى شاشة بعرض الحائط ، كمـــا اتاح القدرة للمشاهد على تســـجيل اى برنامج ناجح يريد ان يراه فى وقت آخر غير وقت الارسال . ومع استخدام آلة ضبط الوقت يستطيع المشـــاهد ان يسجل البرنامج وهو بعيـــد عنـــه او مستغرقا فى نومه ليراه فى الوقت الذى يناسبه .

وهكذا ، اصـــبح التليفزيون بفعل التطورات التكنولوجية الجـــديدة . ارسالا واستقبالا ، يتمتع تقريبا بكافة المميزات التى تميز بقية وسائل الاتصال الأخرى ، فهـــو وســـيلة تتميز بالواقعيـــة والاقتراب الشـــخصى والفـــورية والجاذبية والوصول الى الجماهير المتباينة . وان كان البعض ينظر اليه باعتباره وسيلة اعلام باردة ، ترفض الشخصيات والقضايا الساخنة .

---

(١) اريك بارنو ، الاتصـــال بالجمـــاهير ، ترجمـــة صـــلاح عز الدين وآخرون ، القاهرة ، مكتبة مصر ، ١٩٨٠ ص ٢٤٣ .

٤ ــ السـينما :

السينما وسـيلة من وسائل الاتصـال الجماهيرى سبقت غـيرها من تكنولوجيا الاتصـال السمعية والمرئية اذ ظهر اول عرض للصور المتحركة عام ١٨٩٥(١) . وتشبه السـينما التليفزيون من حيث طريقة العرض والأداء ولكنها تتفوق عليه فى مجال تكبير وتوضيح الأشياء المصغرة ، على أن السينما لا يمكن أن تجارى التليفزيون فى سرعته وانتشـاره فالأفراد هم الذين يذهبـون الى السينما وليست هى التى تدخل عليهم فى بيوتهم . كما أن دور السينما ولو انه كبير ومؤثر الا أنه لا يوازى التليفزيون . وذلك أن السينما تتطلب تكاليف أكثر بكثير لايصـال نفس الرسالة التى يوصلها التليفزيون الى جمهور كبير متباعد . كما تتطلب عدد كبير من العاملين من ذوى الخبرة والكفاءة المهنية(٢) . وعليهـا أيضـا بالذات فى ظل منافسـة الفيديو أن تقـدم كل ما هـو جـديد وثمين ومشـوق .

وتنقل شاشة السينما الى المتعرض المناظر المتكاملة والواقعية ، كمـا يمكنهـا ان تقدم المعلومة والفكرة لمتعرض اكثر تهيئا نفسـيا وذهنيـا لها . وسـاعدت الابتكارات التكنولوجية الجديدة فى مجال آلات العرض السـينمائى الى اتسـاع دور السينما فى مجال نقل المهارات والتعليم والارشـاد الزراعى والتوعية وغيرها من المهام والوظائف الاتصالية الأخرى .

تكنولوجيا الاتصـال الصـغيرة :

يقصد بتكنولوجيا الاتصـال الصـغيرة ، تلك الادوات والاسـاليب الفنيـة التى تستخدم فى تدعيم كفـاءة قنـوات الاتصـال الشخصى وتوسيع حجم ومدى هـذه القنوات فى البيئة المحلية ولا يتطلب استخدامها تنظيمـات مؤسسية كبيرة تديرها وتوجههـا مثلمـا هو الحال فى تكنولوجيـا الاتصـال الكبيرة ولكن هى تعمل بمبادرة فردية(*) . ومع كثرة وتنـوع هـذه الأدوات الا اننا سنكتفى هنـا بالاشارة الى بعضها وتحديدا تلك الادوات التى راج استخدامها مؤخرا فى عمليـات الاتصـال بالمنـاطق الريفية .

---

(١) خليل صـابات ، نشأة وسائل الاعلام وتطورها ، مرجع سـابق ، ص ٨٥ .

(٢) محمد عبد القادر أحمد ، دور الاعـلام فى التنمية ، منشورات وزارة الثقـافة العراق ، ١٩٨٢ ص ٢٨٤ .

(*) يمكن ان يدخل فى هـذا الاطار الرسوم ، والملصقات ، والاشارات والخطابات ... الخ .

١ — التليفـون : (Telephone)

التليفون ، احـد وسائل الاتصـــال الشخصى التى تتيح اجراء الحوار بين شخصين مهمـا بعدت المسـافة بينهمـا ، ومن خلال هـذا الحـوار يتم نقل وتبـادل المعلومات بينهمـا ، وتتزايد الحاجة الى التليفون فى مجال الاتصـالات الشخصـية ، حينما لا تتاح للفرد فرصة اللقاء المباشر بالشخص الآخر . اما بسبب عامل الوقت والسرعة فى نقل المعلومة او وجود الشـخص الآخر فى مكان بعيد يصعب الوصول اليه . ولا يتطلب استخدام التليفون مهـارات خاصة ، سوى التركيز من جانب طرفى الحوار على الصوت باعتباره العنصر الاساسى هنـا للتاثير وتتبع انفعـالات الشخصية ، وذلك عوضا عن الالتقـاء المبـاشر بين الطرفين .

وقد ادرك الافراد اهميـة وجود التليفون فى حياتهم ، وتزايد الاعتمـاد عليه فى مجال الاتصـال والتفاعل مع الآخرين وبالذات بعـد تزايد ضـغوط الحياة ، وانهمـاك الفرد فى تدبير شـئون حياته اليومية ، وانحسار الوقت الذى كان يقضيه مع الأهل والاصدقاء ، ولم يعد التليفون قاصرا على سكان المدن ولكن ادخل مؤخرا وبكثافة ملحوظة الى بيوت القرويين(*) مؤديا دورا مهما كأداة تكنولوجية فى تكثيف عمليـات الاتصـال الشـخصى ونقـل وترويج المعلومات بين الأفراد .

٢ — شريط التسـجيل : (Tape recorder)

يستخدم شريط التسـجيل بكفـاءة عالية فى نقل وتبـادل المعلومات عبر قنوات الاتصال الشخصى(*) . وأصـبح من المألوف بعـد انتشـار اجهزة التسـجيل (Recorders) . ان يتبادل الافراد الرسائل الصوتية المسجلة مع بعضهم البعض ، وقد تزايد انتشـار هذه الاداة التكنولوجية فى المجتمع المصرى وبالذات فى المنـاطق الشعبية والريفيـة مع حقبة الانفتـاح والهجرة العمالية للخارج وكهربة الريف . حيث تشير البيانات الى أن ٥٠٪ من عينـات الفحص بالقرى والمدن تقبل على سماع اجهزة التسجيل اكثر من اية ادوات اخرى(١) .

(*) هـذا ما لفت نظرنا خلال زياراتنا الميدانية مؤخرا للعديد من القرى المصرية .

(*) لعب شريط التسجيل دورا بالغ الأهميـة فى قيـام الثورة الايرانية ضـد الشـاه ، حيث كانت شرائط التسـجيل تهرب من الخارج الى داخل ايران وهى تحمـل نداءات آية الله الخمينى من منفـاه فى باريس الى الشعب الايرانى للتمرد ضـد حكم الشاه .

(١) أنظر :

تقرير المجالس القومية المتخصصـة ،الكتـاب رقـم ١٨١ ، الدورة السادسة يونيـو ١٩٨٥ ص ٢٤٨ .

وتعتبر شرائط التسجيل عنصرا مهما فى بناء الاتصال المحلى وتحقيق استقلاليته عن نظام الاتصال المركزى حيث يتزايد استخدامها فى الاحتفالات والمناسبات والتجمعات الشعبية . كما تعد وسيلة مهمة تلجأ اليها قنوات الاتصال الشخصى لترويج المعلومات المحظور تداولها عبر اجهزة الاتصال الجماهيرى والتخلص من سيطرة الاذاعة المركزية ، والتى عادة ما تخضع لرقابة وتوجهات السلطات الحكومية .

وتشير المشاهدات الواقعية الى ان شرائط التسجيل كثيرا ما تستخدم فى تلاوة آيات القرآن الكريم ، والاحاديث الدينية الاكثر تشددا وغيرة فى أمور الدين وانتقادا لما يحدث من تجاوزات من جانب المسئولين ورجال الاعلام(*) . كما تستخدم شرائط التسجيل فى الاستماع الى الاغانى والموسيقى والمواويل الشعبية والفلكلورية التى تصادف رواجا كبيرا وبالذات لدى قطاعات كبيرة من افراد الشعب وبالذات قطاع الشباب الذين يميل غالبيتهم الى تفضيل شرائط موسيقى الرقص والاغانى الشعبية والغزلية .

٣ — مكبر الصوت : (Loudspeaker)

مكبر الصوت عبارة عن جهاز اليكترونى بسيط وظيفته تضخيم الصوت البشرى لكى يسمع على مسافة أوسع نسبيا ، وقد زاد فى السنوات الأخيرة عدد هذه المكبرات لدى الافراد . كما تعددت مجالات استخدامها فى الاحتفالات والموالد وأماكن التجمعات والمساجد ولدى الباعة المتجولين ..... الخ .

ويتبدى دور مكبر الصوت كأداة اتصال بصورة واضحة فى المساجد حيث يستخدم فى رفع الآذان ، ونقل شعائر الصلاة وبالذات وقائع شعائر صلاة الجمعة وبذلك يستطيع بعض الأفراد سواء من النساء أو المرضى الذين لا تتاح لهم فرصة حضور الصلاة متابعة الاستماع الى هذه الشعائر بما فيها خطبة الامام . وقد اثيرت على صفحات الصحف مؤخرا قضية الازعاج الذى تسببه هذه المكبرات نظرا لكثرتها من ناحية وتداخل اصواتها خلال نقل الشعائر الدينية من ناحية اخرى(١) .

وايا كان الأمر ، فان مكبرات الصوت فى بعض عواصم الاقاليم والمراكز والقرى ، والموجودة فى المساجد كثيرا ما تستخدم لاغراض اخرى غير نقل

(*) راجع على سبيل المثال ، شرائط أحاديث الشيخ عبد الحميد كشك التى يكثر تداولها فى المناطق الشعبية وبين العامة من افراد الشعب .

(١) راجع على سبيل المثال الحملة التى قادها مؤخرا يوسف ادريس على صفحات جريدة الاهرام لوقف استخدام هذه المكبرات فى نقل شعائر الصلاة من المساجد وانقسام الآراء بين مؤيد ومعارض لهذه الدعوة .

شعائر الصـــلاة ، حيث كثيرا ما يتم الاعلان من خلالها عن حالات الوفاة أو فقد النقود أو أحد الأطفال ، أو حضور مسئول الى المنطقة ، أو صـــدور تعليمات محددة ، أو الدعوة لحضور اجتمـــاع عام أو التنبيه على الافراد للتوجه لدفع فاتورة الميـــاه أو الكهرباء أو سداد الضرائب الى غيرها من أمـــور الحيـــاة اليومية المرتبطة بالبيئة المحلية ، وينصت اليها الأفراد جيدا ، نظرا لارتباطها بمصـــالحهم الشخصية . وهى بذلك تعد بمثابة اذاعة محلية تقوم بدور مهم فى تزويد الأفراد بالمعلومات وتناقلها بينهم ، وتقلل من كثـــافة الاعتمـــاد على الاتصـــال الشفاهى واعطاء فرصة متســـاوية أمام ابنـــاء الحى أو المنطقـــة للحصول على المعلومات التى تخصـــهم فى التو واللحظة ، وهكذا تعد مكبرات الصوت عنصرا آخر مهما يساهم فى رواج المعلومات عبر قنـــوات الاتصـــال الشخصى وفى بناء الاتصال المحلى .

٤ — المطرب الشعبى :

المطرب الشعبى فرد يتميز بقوة وحلاوة الصوت وتتـــوافر لديه مهـــاره الالقـــاء وحفظ بعض الاغـــانى والقصص والمواويل والمدائح النبوية والمأثورات الشعبية . ويستدعى المطرب الشعبى مقابل اجر نقدى ، لاحياء بعض الحفلات والمناسبات الشعبية مثل الزواج ، والختـــان وعـــودة الحجـــاج من الأراضى المقدسة والموالد ... الخ حيث يقوم أمام جمـــع من النـــاس الذين يجتمعوا لاحياء المناسبة بالقاء بعض الأغانى التى تتلاءم فى مضمونها مع طبيعة المناسبة بأسلوب عاطفى مؤثر يتمايل ويكبر له الحضور ، هذا الشـــكل من اشـــكال الاتصال يلعب دورا مهمـــا وبالذات فى المناطق الشعبية والريفية فى القيـــام بوظيفة التسلية والتخفيف من متاعب وضـــغوط الحياة التى يعانى منها بشدة ســـكان هذه المنـــاطق وترسيخ بعض القيم وبالذات المتعلقة منها بالصبر ، والقدرية ، والتقوى والشرف(١) .

ويســـتعين المطرب الشعبى فى اداء مهمتـــه ببعض الادوات التكنولوجية المســـاعدة مثل الربابة ، والمزمار ، والطبـــلة والرق وبعض الآلات الموسيقية الخفيفـــة وغيرها فضلا عن استخدام مكبر الصوت أحيانا لمزيد من العلانية لوقائع المناسبة .

٥ — الفيـــديو كاست :

اشرنا من قبل ، أن الفيديو جهاز اليكترونى ، يعد مكمـــلا لجهاز الاستقبال التليفزيونى ، وما يدفعنا الى النظر اليه باعتبـــاره وسيلة تكنولوجية صـــغيرة

---

(١) كمـــا المنوفى ، وسائل الاعلام الصغيرة وحياة المصريين فى القرى ، المجـــلة الاجتماعية القومية سبتمبر ، ١٩٨٢ ص ١٤ .

هو طابعه الفردى وغير الرسمى من ناحية ومقدرته على فصل جهاز التليفزيون عن قنوات الاتصــال الجماهيرى من ناحية أخرى ، حيث يتيح الجهازان معــا بناء قنــاة اتصال مستقلة فى البيئة المحلية بعيدا عن قنوات الاتصال الرسمية .

وقد عرف العالم اجهزة الفيديو منذ أوائل الستينيات غير ان اجهزته لم تتطور ويشيع استخدامها فى المنــازل الا منذ أوائل السبعينيات ، حيث تزايد تنافس دول العالم على انتــاج الاجهزة ذات الجــودة العاليــة والســهولة فى الاستعمــال وخفض تكاليف الانتــاج حتى أصبح هذا الجهــاز فى تنــاول الكثيرين من ذوى الدخول المحدودة .

وقد بدأ انتشــــار الفيــــديو فى مصر مع بداية حقبــة الســبعينيات وتزايد انتشــــاره حتى أصــبح ظاهرة ملحوظة ابتــداء من عــام ١٩٨٠ ، حينما اتاحت الدخول العالية التى تمكنت من تحقيقهــا بعض الفئــات فى ظل سياسات الانفتاح والهجرة العمالية العائدة من الخارج من حيازة هذه الاجهزة التى باتت منتشرة فى المنــازل والاماكن العامة والمقاهى بالريف والمدن ويوشك انتشــارها أن يغطى جميع المنــاطق التى وصــل اليها التيــار الكهربائى فى مختلف أنحاء البلاد منافســا بذلك قنــوات الاتصــال التليفزيونى المركزى ومهددا لهــا .

ويتميز الفيديو كأداة اتصــال بعدة مميزات تجعل الاقبال عليــه يتزايد باطراد ومما يســاعد على هذا الاقبال :

١ — حرية المشاهد فى اختيار نوع المــادة التى يرغب فى مشاهدتها وفى الوقت الذى يريد وبعيدا عن التكرار والرتابة التى كثيرا ما تتميز بها البرامج التليفزيونية الرسمية .

٢ — يمكن من خلال الفيديو مشاهدة افلام لا يستطيع التليفزيون الرسمى عرضها .

٣ — وفرة الأشرطة من مختلف النوعيات،وسهولة شرائها أو استئجارها أو استعارتها الى جانب سهولة التســجيل من نشــاط الارســال التليفزيونى المتنــوع .

٤ — يشبع الفيديو حاجات لا تستطيع أجهزة الاعلام الرسمية احيــانا اشباعها .

٥ — الرخص النسبى لسعر شراء جهاز الفيديو بالنسبة لقدرة كثير من شرائح الدخول فى المجتمع .

ويبدو أن الفيديو ، بسبب هذه الميزات وغيرها ، قد تمكن من استقطاب أعدادا غير قليلة من مشــاهدى التليفزيون المصرى ، وأن اثره كان اكبر على

السينما حيث جذب اعدادا كبيرة من روادها بالذات شريحة المهنيين من الاطبــاء والمهندسين والصحفيين والمحامين والمحاسبين ورجال الأعمال . وكل الذين لا تمكنهم ظروف عملهم ومواعيدهم من فرصــة الذهاب الى دور الســينما فى موعدها(١) .

وقد فتحت تجارة الفيديو كاسيت مجالات واسعة للانتاج ، فهنــاك شرائط فيديو لألعاب الأطفال والكبار على شــاشة التليفزيون مصممة الكترونيا فى علب صغيرة والتى أصبحت موضوعاتها مفتوحة بغير حدود ، وذلك الى جانب الموضوعات الدراســية والفنية والرياضــية وبرامج المنوعات المشــوقة ، كمــا ظهرت موسوعات متكاملة على شرائط فيــديو كاســت فى كل العلوم والفنــون والطب والآداب ، وقد روعى فى هذه المواد أن تناسب كل الاعمار والتخصصات والهوايات وكذلك احتياجات التعليم والتدريب والترفيه ووفقــا لنظــام الانتــاج الضخم أصبح سعر هذه الاشرطة ميسرا لعــدد كبــير من الأفراد .

بيد ان المشــاهدات الواقعيــة تشير الى أن اســتخدام الفيــديو فى مصر ما زال يصــاحبه كثير من الخطورة ، فى ظل فرض أذواق واختيارات غــير ملائمة على نوعيات انتاجه ، خاصة مع عدم وجود رقابة فعــالة ومع ســهولة طبع أفلامه وتهريبها ، وفى ظل عدم استطاعة الجهات المعنية ملاحقــة نوادى الفيديو وضبط المخالفات الصارخة الخارجة عن التقاليد والقيــم السائدة فى البيئــة وتؤكد احدى الدراسات الميدانية ان الجانب الاكبر من اهتمامات الفيديو يتجه الى عرض أفلام العنف والاثارة والجنس التى تلقى رواجا كبيرا من فئات الشباب دون غيرها من المضامين التثقيفيــة والتعليمية(١) . التى يمكن أو كان ينبغى أن يستفاد من امكانيات الفيديو كاست فى ترويجها فى مجتمع يتطلع الى بنــاء مستقبله الحضارى .

ولعل العرض الســابق لكل من تكنولوجيا الاتصــال الكبيرة والصــغيرة يلفت النظر الى خطأ النظرة الشائعة التى ترى أن تواجد مثل هذه التقنيات فى اية عملية اتصالية يحولها الى عملية اتصال جماهيرى(٢) . فعلى الرغم من أن التكنولوجيا العصرية لازمة من لوازم العملية ، الا أن حضورها لا يمثل بالضرورة او فى كل الاحوال الاتصــال الجماهيرى ، فاذاعة تليفزيونية على نطاق الدولة لخطاب سياسى لرئيس الجمهورية فى افتتاح دورة مجلس الشعب تعد اتصالا

---

(١) نجوى الفوال ، استخدام الفيديو فى مصر ، المجلة الاجتماعية ، العدد الأول ينــاير ١٩٨٧ .

(٢) انظــر :

تشارلز رايت ، المنظور الاجتماعى للاتصــال الجماهيرى ، ترجمة محمد فتحى ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٨٣ ص ١٣ .

جماهيريا . فى حين أن اذاعة تليفزيونية على الدائرة المغلقة للعمليات الجارية فى خط التجميع بمصنع من المصانع يرصدها مهندس ليست كذلك . كذلك فان مسلسلا تليفزيونيا يذاع على المستوى القومى أو المحلى يعد اتصالا جماهيريا فى حين أن مشاهدة فيلم مسجل من خلال الفيديو لحفل عائلى ليس كذلك ، وهكذا فالجهازان فى كل مثال يستخدمان كلاهما تقنيات عصرية متشابهة بث الكترونى للصور فى احدى الحالات وتسجيل فلمى لمشاهد فى الحالة الاخرى، ومع ذلك فأحد الاثنين لا يحتسب اتصالا جماهيريا ، حيث يتطلب الاتصال الجماهيرى ، كما أشرنا من قبل ، اشتراطات خاصة أولها طبيعة الجمهور ثم تجربة الاتصال ذاتها ، ثم صاحب الاتصال الذى يأخذ هنا طابع مؤسسى .

٢ — خصائص تكنولوجيا الاتصال :

وأيا كانت أنواع ومجالات استخدام تكنولوجيا الاتصال فان هذه التكنولوجيا تتميز بعدة خصائص من المفيد هنا التعرض لها ، ويمكن بلورة هذه الخصائص فيما يلى :

١ — ان هذه التكنولوجيا قد صممت لتسهيل الاتصال فى اتجاه واحد(١) وان قدرتها على تحقيق التغذية العكسية والمشاركة ضئيلة نسبيا وهى فى ذلك تعتمد على الاستجابة الفردية عن طريق البريد ، التليفون ، الاتصال الشخصى بحوث الجمهور « الاستبيان » وهى البحوث التى عادة ما تحصل على استجابات فردية أيضا وليست جماعية . بعبارة أخرى ، فان هذه االتكنولوجيا رغم ميلها للانتشار والوصول الى أكبر عدد ممكن من الأفراد ، الا أنه يغلب عليها الطابع الفردى وليس الجماعى .

٢ — التطور المتسارع فى هذه التكنولوجيا فى اتجاه اختصار عامل المسافة والزمن ، هذا التطور بلغ من الاهمية فى الحقب الأخيرة الى حد أن أطلق البعض على الكرة الارضية التى نعيش عليها وصف القرية العالمية، كناية عن المقدرة الهائلة التى تتيحها تكنولوجيا الاتصال الحديثة فى مجال نقل وتبادل المعلومات بين مختلف أجزاء العالم فى التو واللحظة .

٣ — تتسم تكنولوجيا الاتصال بالمرونة والقابلية للتطويع والتأقلم فكل فن تكنولوجى جديد يظهر فى مجال الاتصال لا يلغ الآخر وانما ينفرد بميزات خاصة فى مجال نشر وترويج المعلومات فظهور الراديو لم يؤد الى اختفاء المطبوع الدورى ولكن تميز عليه بقدرته على الانتشار وتخطى الحواجز والعقبات التى كانت تعترض طريق انتشار المطبوع على نطاق واسع مثل الحواجز الثقافية والجغرافية . ومع ذلك ظل للمطبوع دوره ومكانته

---

(١) أنطوان زحلان ، مرجع سابق ص ٢٦ .

واضطر المطبوع مع ظهور الوافد الجديد الى تعديل طريقة تقديمه ومعالجته للاحداث ، كذلك لم يؤد ظهور التليفزيون الى ازاحة السينما التى سبقته فى الظهور رغم تشابه الوسيلتين فى طريقة العمل والاداء والاعتماد على حاستى السمع والبصر ، وانما اتجهت السينما الى تقديم ما يعجز التليفزيون عن تقديمه أو لم يسبق له تقديمه ، حتى أصبحت الكثرة الغالبة من جيل الشباب الذى نشأ مع التليفزيون هم أيضا الكثرة الغالبة من رواد السينما وهكذا ، اخذت التكنولوجية الحديثة فى مجال الاتصال بمبدا تقسيم العمل وحددت كل اداة لنفسها المجال الذى لا تستطيع أن تنافسها فيه الأدوات الأخرى مستفيدة فى ذلك بما تتمتع به من خصائص وقدرات .

ومن ناحية أخرى ، فان هذه التكنولوجيا يمكن نقلها وتوظيفها بسهولة داخل سياقات أخرى غير تلك التى ولدتها ، وهى هنا تتأقلم مع الواقع الاجتماعى الجديد ، وان كانت تظل خصائصها العامة فاعلة أيضا . فهذه التكنولوجيا قد توظف فى دولة تروج فيها الفلسفة الاشتراكية فتعمل فى اطار هذه الفلسفة بطريقة تتباين مع طريقة عملها فى المجتمع الراسمالى ولكن يظل مثلا طابعها الاحتكارى المميز فاعلا فى كلا المجتمعين الاول تخضع لاحتكار السلطة السياسية والحزب الحاكم وفى الثانى ، تخضع للاحتكارات الراسمالية وجماعات الضغط الاقتصادى وهكذا .

٤ — تكنولوجيا الاتصال وبالذات المتقدمة منها تتسم بكثافة استخدام رأس المال والتعقيد الشديد وارتفاع التكلفة(١) . وهى لكل ذلك تأخذ صبغة احتكارية ، حيث تتركز عادة فى أيدى بناء القوة والنفوذ السائد فى المجتمع .

٥ — ان صناعة هذه التكنولوجيا ، تتسم بالتركيز الشديد حاليا فى عدد محدود من الدول الصناعية الكبرى ، ومن الشركات العالمية متعددة الجنسيات ، ويؤدى هذا التركيز الى السيطرة المطلقة لهذه الشركات الاحتكارية ، ليس فقط على عمليات نقل وتسويق هذه التكنولوجيات فى الدول الأقل تقدما ، ولكن ايضا فى التاثير على طريقة ادارتها واستخدامها بل وصيانتها فى أحيان كثيرة فى هذه الدول(٢) . مما يعزز من احكام قبضة المجتمعات المصنعة لهذه التكنولوجيا على الدول المستوردة لها وترسيخ تبعية الثانية للأولى فى المجال الثقافى .

٦ — تأخذ تكنولوجيا الاتصال الحديثة ، بسبب تكلفتها العالية وتعددها طابعا تنافسيا استهلاكيا ، فهى فى حاجة الى استهلاك جماهيرى واسع يحقق

---

(١) وليام ل. ريفرز ، وسائل الاعلام والمجتمع الحديث ، ترجمة ابراهيم امام ، القاهرة ، دار الفكر العربى ، د.ت ص ٣١ .

(٢) عفيف عواد ، العالم العربى والتكنولوجيا ، مجلة الفكر العربى ، العدد ٤٥ ، السنة السابعة ، ١٩٨٧ ص ١١٣ .

لهـا عائد يغطى نفقاتها وبالتالى يلعب عامل الربح والتمويل المـالى والرغبة فى الرواج ، دورا مهما فى طريقة ادارة وتوظيف هذه التكنولوجيا بصرف النظر عن أية اعتبـارات أخرى .

٢ ـ تكنولوجيا الاتصـال الحديثة كمنتج ثقافى :

اشرنا من قبل الى أوجـه التمـايز بين العلم والتكنولوجيا فالتكنولوجيا وبالذات الحديثة منها ، هى التطبيـق العملى للعلوم والعلوم فى حد ذاتهـا ليست ثقافة ، ولكنهـا مجموعة من المعلومات والمعـارف التى تم التوصـل اليها من خلال التجارب والابحاث ، وتطبيق هذه المعلومات والمعارف فى المجـال العملى ، هو الذى يرقى بالمنتج الجديد الى درجة الثقافة ، لأن هذا الانتاج الوليد بعد نمطا من انمـاط الحياة ويصبح له دوره ويصطبغ بالاتجاهات السـلوكية والقيميـة للبيئـة(١) .

والثابت ان تكنولوجيا الاتصـال الحديثة هى نتـاج ثقافى غربى ظهرت لتلبى حاجات موضوعية لصـيغة ببنيان وثقافة هـذه المجتمعات . وتاريخ ظهور الطباعة المتحركة والراديو والسينما والتليفزيون يكشف أن اختراع هذه الوسائل جاء تلبية لظروف موضوعية تتصل بعلميات التغيير والثورة الصناعية التى بدأتها هذه المجتمعات فقد ظهرت المطبعة ذات الحروف المتحركة فى أوربا مع انتشـار الجامعات وبدء عصر التنوير وظهور اراء مارتن لوثر زعيم الاصلاح الدينى فى المانيا ، فقد كانت الحاجة ماسة آنذاك لتوصيل هـذه الأفكـار الى الناس بعيدا عن احتكار الاديرة والكنائس لعملية نسـخ وتوزيع الكتب(٢) . ومع انتشـار الجامعات وتقدم الآداب والعلوم والفنـون وظهور المدن الجديدة وتصـاعد دور الطبقة البرجوازية ، وزيادة تطلعاتها التجارية الخارجية ظهرت الصحف المطبوعة لتلبى الحاجة لنشر الأفكار الجديدة والرغبة الملحة للمعرفة السريعـة بمـا يدور من احداث ليس فقط فى أوربا ولكن ايضـا فى كل بلاد العالم المعروف آنذاك(٣) .

وادى التحول نحو التصـنيع والتحديث فى مختلف مجـالات الحيـاة وما ارتبط بهـذا من تقـدم هائل فى العلوم والتكنولوجيـا ، وتعقد العلاقات الانسـانية ، وتزايد مشكلاتها ، وظهور النظـام الرأسمالى العالمى وحاجة

---

(١) عبد المنعم الصاوى ، الاعلام والثقافة من منظور العصر ، الحلقـة الدراسية الثالثة لبحوث الاعلام فى مصر ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، مـايو ١٩٨٣ ص ٦ .

(٢) خليل صابات ، نشأة وسائل الاعـلام وتطـورها ، مرجع سـابق ص ٢٣ .

(٣) المرجع السـابق ص ٣٦ .

هذا النظام الى المواد الأولية الخارجية الي تعميق الشعور بالحاجة الي اتصال جماهيري اكثر انتشارا وسرعة فظهرت الصور المتحركة (السينما) وبعدها الراديو ، وتوالت بعد ذلك الاختراعات لتلبى الحاجة المتزايدة فى هذا المجال فظهر التليفزيون ، والفيديو ، والأقمار الصناعية وغيرها .

بيد أن الثابت ان محطات الراديو مثلا التى انشئت فى بادىء الأمر للارسال والاستقبال اللاسلكى لم تكن تهدف الي برامج اذاعية للترفيه او حتى التثقيف(١) . وانما كانت شركات الشحن التجارية تستعمل هذه الأجهزة لتوجيه سفنها المحملة بالموز وغيره الي اسواق مربحة وفقا لقانون العرض والطلب ، وذلك بالاضافة الى النشرات الجوية ، أيضا لخدمة هذه السفن من تقلبات الجو والبحار . كما استعمل الراديو أيضا فى وحدات الجيش لنقل المعلومات والأوامر والتنسيق بين الوحدات فى الدفاع والهجوم ، وظل الراديو يستخدم لنقل المراسلات وأخبار الشركات الكبرى وفى الأعمال التجارية حتى قبيل الحرب العالمية الثانية .

وهكذا كان الباعث التجارى ، هو المحرك الأول والأساسى وراء ظهور تكنولوجيا الاتصال الحديثة فى المجتمعات الغربية ، وبعد تفاقم أزمة الراسمالية وانتشار مظاهر السلبية ، وتزايد ضغوط وصرامة الحياة فى هذه المجتمعات بدأ الباعث الترفيهى يلعب دوره وراء الاختراعات التكنولوجية الجديدة ، ولكن ظلت العقلية التجارية الراسمالية ، هى التى تفرض نفسها على كل اختراع جديد : حجم الانتاج الضخم من كلمات وصور واصوات يتيحه المنتج الجديد ، مدى التوزيع الجغرافى الذى لا فائدة لهذا الانتاج الضخم بدونه ، منافذ أسواق التجزئة لهذا الانتاج من محطات راديو وتليفزيون ، وصحف ومجلات وغيرها ، بعبارة أخرى تصطبغ تكنولوجيا الاتصال الحديثة بطابع البيئة الغربية التى ولدتها ، وهى لذلك تأتى حاملة خصائص هذه البيئة وعلى رأسها الفردية ، والربح ، والمنافسة ، والاحتكار ، وسرعة الايقاع وغيرها على النحو الذى أشرنا اليه آنفا .

خذ مثلا مبدأ الفردية الذى تعظمه الثقافة الغربية ، هذا المبدأ ، يؤثر فى طريقة تصميم أدوات الاتصال الحديثة من صحافة وراديو وتليفزيون وسينما ... الخ بحيث يجعلها تسهل نقل المعلومات فى اتجاه واحد وتتضاءل فرص تحقيق المشاركة الذي يوفره الاتصال التقليدى ، بسبب ما تتطلبه من مهارات وامكانيات لا تتوفر عادة للغالبية من ناحية ، ونتيجة لسرعة الأداء والانتاج الجماهيرى السريع والمتوالى الذى تتطلبه هذه الأدوات

---

(١) طه محمود طه ، وسائل الاتصال الحديثة ، عالم الفكر ، المجلد الحادى عشر ، العدد الثانى ، سبتمبر ١٩٨١ ، ص ٦١ .

ولا يتيح وقتـا للمشـاركة من ناحية اخرى(*) . كذلك ، فان الثقافة الغربية تهتم بالجانب المـادى وعامل الربح حتى أن هذا العامل يعد الأساس الذى يوجه نمط الحياة فى هذه المجتمعات ، وينعكس ذلك فى مجـال تكنولوجيا الاتصـال الحديثـة ، التى لا يمكن أن تتواجد وتمـارس دورها الطبيعى بعيدا عن فكرة بيعها كسلعة ، فتعتمد مثلا على بيع الاعلان فى الأحوال التى تقوم فيهـا بتقديم خدمات وهكذا ..

على أن ما يهمنا هنا فى مجتمعنا العربى ، هو ما يتعلق بنقل هذه الأدوات التكنولوجية وتوظيفها فى البيئـة المحلية وما يصاحب هذه العملية من مشكلات ثقافيـة فهذه الأدوات ليست آلات صماء أو محايدة . وانمـا يترتب على عملية نقلها وزرعها فى البيئة المحلية نمط حياتى ونفسى واجتماعى يتأثر بالخصـائص الحضـارية لهذه الأدوات فالتليفزيون لا يقوم فقط بعملية نقل صـوت وصورة على نطـاق جمـاهيرى ولم يقدم اتصـالا سريعا ، ولكنه خلق فى حد ذاته ايضـا أنواع جديدة من المهن والأدوار : التأليف ، الانتاج ، الاخراج والتصوير ... الخ . وأسلوب حياتى معين لملئ الفراغ وقضـاء الوقت ، وموضع له فى غرفة المعيشـة ، ويحدث هذا بغض النظر عن نوع الرسائل التى ينقلها أو مدى قدراتها التأثيرية . هذا التعديل الذى يفرضـه وجود التليفزيون فى نمط قضاء وقت الفراغ مثلا ، له توجهاته القيمية والسلوكية وهى توجهات تميـل الى تشجيع التفرد والتجزئة (سمات الثقـافة الغربية) فى البيئة المحلية التى تقوم على التوحد والترابط . مما يؤدى الى خلق حالة من الأضطراب والصراع الثقافى فى المجتمع المحلى .

وقد اثارت قضـية استيراد التكنولوجيا وتأثيراتها اهتمـام الباحثين فى المجتمعات النامية ، حيث تباينت الآراء بين مؤيد لتكثيف استيراد هذه التكنولوجيا بأنواعها المختلفة بغية تسريع عملية التصنيع فى البلدان المتخلفة ولاختصـار الطريق المؤدى الى التنمية واللحاق بالبلدان المتقدمة ويسـاق هنـا عـدد من المبررات والحجج منها : أن بعض الدول التى ترقى الى مصاف الدول المتقدمة، قد عملت على اختصار الطريق من خلال نقل التكنولوجيا المتقدمة من مجتمعاتها ويقدمون فى هذا الاطار نموذج اليابان والاتحاد السوفيتى . كمـا أن الانسانية ما كانت لتحرز التقدم التقنى الذى احرزته اليوم لو ان كان على كل امة أن تخطو الخطوات نفسها التى خطتها الامم التى سبقتها على هـذا الطريق ، فاذا اقتصرت الدول النامية على التكنولوجيا من النوع المتمحور حول الذات ، فانهـا تضع نفسـها فى الظروف التى كانت تعيشـها الدول المتقدمة حاليا فى القرن التاسع عشر ، اما مسـالة الصراع الثقافى والاضطراب الذى تحدثه هذه التكنولوجيا فى البيئة المنقولة اليهـا فهذه مسالة وقتية تواكب عادة حالات

(*) لعل فى ذلك ما يشير الى أحد أسباب فشل اجهزة الأعلام فى المجتمعات النامية فى أحداث التغيير ودفع الأفراد الى المشاركة فى عمليـات التنمية .

التغيير . وسوف تحل بمرور الزمن ، حينما يتم التحديث ويسود التحضر وقد اعتمدت النخب الحاكمة في العديد من بلدان العالم وجهة النظر هذه(١) فتبنت في صياغة سياستها وتصميم الخطط والبرامج التنموية ، هدف الحصول على أحدث المكتشفات والانجازات في حقل التكنولوجيا باعتبار ان تلك هي الوسيلة للحاق بالمستوى الاقتصادي والاجتماعي الذي بلغته الدول الصناعية .

وفي مقابل ذلك ، ترى وجهة النظر المضادة ، أن استيراد التكنولوجيا الحديثة بغية اللحاق بالغرب المتقدم ، ضرب من الوهم ، وذلك أن هذه التكنولوجيا كما أشرنا تتسم بالسرية والاحتكار فضلا عن انها متطورة باستمرار ، وان الدول المتقدمة لا تسمح سوى بنقل التكنولوجيا الأقل تقدما ، كما ان نموذج اليابان في الاتحاد السوفيتي يصعب التمثل بهما لاختلاف السياقات التاريخية والحضارية التي تميزهما عن العديد من المجتمعات النامية .

وترى وجهة النظر هذه أن دخول التكنولوجيا المنقولة الى البيئة المحلية قد لجم الثقافة المحالية واعاق المنطلقات الحضارية الذاتية التي تعتمد على الاقتباس والتبادل والتطور والابداع وعطلت القيم الاجتماعية وانماط الحياة التقليدية بدون توفير بدائل متماسكة(٢) بحيث كان ذلك هو سبب حالة الضياع وفقدان الهوية الثقافية والاختلال والتبعية التي تعاني منها العديد من مجتمعات العالم الثالث . مما يستوجب رفض هذه التكنولوجيا والاعتماد على القدرات الذاتية ، أو على الأقل اقتصار نقلها على تلك الفنون الملائمة منها لظروف البلد الطبيعية والثقافية والاجتماعية وخياراتها الأيديولوجية والسياسية(٣) وشريطة تهيئة البيئة أولا لاستيعاب هذه التكنولوجيا وهضمها(٤) .

ويعني تهيئة البيئة في اطار هذا الاتجاه ، أن تكون الهياكل الذاتية المحلية

---

(١) عبد الهادي سويفي ، دور الدولة في تنظيم نقل التكنولوجيا في ظل الاقتصاد المختلط ، المؤتمر العلمي السنوي الثامن للاقتصاديين المصريين ١٢/١٤ مايو ١٩٨٣ ص ١ .

(٢) عفيفي عواد ، العالم العربي والتكنولوجيا ، مرجع سابق ص ١٢٢ .

(٣) يعد مصطلح التكنولوجيا الملائمة من المصطلحات المنتشرة في العديد من الكتابات في الوقت الراهن ، ويقصد به ضرورة مناسبة الفن التكنولوجي المستورد للهياكل الاقتصادية والاجتماعية والثقافية ، وهو المعنى الذي ما يزال يحيطه الكثير من الغموض وعدم التحديد .

نجيب عيسى ، مشكلة التكنولوجيا في العالم الثالث ، الفكر العربي ، العدد ٤٥ ، السنة السابعة ، ١٩٨٧ ص ٢١ .

بجوانبهـــا المختلفة قادرة على تطويع الفنى التكنولوجى المســتورد وتوظيفه لصـــالح هذه الهياكل بمـــا يضمن الاستفادة من الفنى الوارد والمحافظة على الثقافة والهوية الذاتية . فاستيراد الدول العربية لتكنولوجيا الأقمار الصناعية واطلاق عربستات مثلا لم يحقق لها الهدف المنشود فى مجـــال تسهيل وسرعة تبادل المعلومات بينها والمساعدة فى تحقيق مشروعات التنمية العربية كمـــا كان مفترض ، فقد أعاقت الهياكل السياسية والاجتماعية والاقتصـــادية والفنيـــة السائدة فى المجتمعات العربية الاستفادة من عربستات الى الحد الذى تحول معه هذا القمر الى محطة فى الفضاء شـــبه متوقفة(١) . وان العـــديد من الدول العربية يفضل التعامل مع وكالات الفضـــاء الأوربية على التعامل مع عربستات

وايا كانت المواقف والاتجاهات حول قضية نقل التكنولوجيا ، فان الثابت لدينا ، أن تكنولوجيا الاتصـــال بكل أدواتها وتنظيماتها قد انتقلت تقريبا الى البيئـــة العربية حاملة معها قيم ومواقف وفلسفات الحضـــارة الغربية . وقد أفضى ذلك فى ظل الاعتباطية فى النقل وفقدان الارادة او القدرة على تطويع هذه التكنولوجيا الى تخريب النســـيج الثقافى للبيئة العربيـــة ، والأمثلة كثـــيرة ومتعددة ، ولن نشـــير هنـــا الى تلك المضامين الغربية الوافدة التى تروج لها هذه الأدوات ، بحكم علاقات التبعيـــة التى تربطها بنظيرتها فى الدول المتقدمة، أو الى القيـــم الغربية التى تعكسها هذه الأدوات فى حد ذاتها كمـــا اشرنا من قبل ، ولكن لنأخذ مثلا بســيطا ومحددا مدى التأثير الفادح الذى أحدثته هـــذه الأدوات فى الثقافة المحلية واللغة العربية تحديدا . لقد أصبح البعض يتحدث عن ما يسمى باللغة الاعلامية ، حيث ساهمت هـــذه الأدوات الوافدة فى الانحدار باللغـــة الفصحى ، لغـــة القرآن الكريم ، بحجة البســـاطة فى فهم الرســـالة وزرعت هذه الأدوات العديدة من المصطلحات التى اصبحت تروج فى الأحاديث العامة ، والكتابات المتخصصـــة على حد سواء مثل «عالمى» ، «التنمية» ، « المصـــدر » ، « القـــائم بالاتصـــال » عوضـــا عن تعبـــيرات محلية كانت نستخدم فى هذا المجال مثل «النهضة» ، «العمران» ، «الخطيب» ، «المنشد» وغيرها ، كمـــا ساعدت هذه الأدوات على شيوع الكتابات الركيكة والتعبيرات الغامضة غير محددة المعنى مما ساهم فى ضحالة الفكر وضعف الاستيعاب .

ويذكر « جلال امين » : أن اضعاف اللغة العربية وثيق الصـــلة بالتبعية الفكرية اذ لا يجوز القول بأن اللغة ما هى الا وســـيلة للتعبير وليست غاية فى ذاتها وانها طريقة للاتصـــال ، فالحقيقة أن التبعية فى لغـــة التعبـــير وثيق الصلة بالتبعية فى مضمون الفكر ذاته ، يؤدى كل منها الى الآخر ويقويها .

---

(١) لمزيد من التفاصيل حول العقبات التى تواجه القمر الصناعى العربى أنظر أعمـــال الندوة التالية : منتدى الفكر العربى ، القمر الصـــناعى العربى بين مشـــكلات الأرض وامكانات الفضاء ، عمان ، مارس ، ١٩٨٦ .

فاذا كنت تابعا لفكر غيرك استسهلت التضحية بلغتك ولكنك اذا استسهلت التضحية بلغتك تورطت أكثر فى قبـول ما لا يتعين عليك قبوله من الفكر الأجنبى فاللغة تعكس نفسها فى كثير من الأحيـان فى مواقف قيمية وتفضيلات خاصة للمجتمع الذى ابتدعها(١) .

ومع انتقال هذه الأدوات ، جرى نقل طرق ادارتها وكيفية اسـتخدامها أيضـا بلا تعديل أو تغيير رغم اختـلاف الظرف والحاجة ، فالهيكل التنظيمى بأى مؤسسة صحفية عربية لا يخرج عن الهيكل التنظيمى لأية صحيفة غربية ، نفس الأقسـام الفنية والتحريرية والمصطلحات المتـداولة ونوبات العمل ، بل ويتعلم المحرر العربى فى قاعات الدرس والتدريب سواء المحلى منها أو الأجنبى الطريقة الغربية فى جمع الخبر الصحفى ونشره ويعرف له الخبر بأنه كل ما هو مثير وغريب ويخرج عن المألوف ويزيد من اقبال الجمهور على الجريدة(٢) وهو المفهوم الغربى الرائج عن الخبر الصحفى .

٤ — توظيف تكنولوجيا الاتصال فى الدول النامية :

يقصد بتوظيف تكنولوجيا الاتصال ، الأهداف والغايات التى تستخدم من اجلها أدوات الاتصـال الحديثة فى المجتمع ، واذا كانت هذه الادوات غربية المنشأ ، وتحمل رموز الثقافة الغربية ، الا انه كمـا اشرنا من قبل ادوات قابلة للتطويع والتأقلم . ومن ثم فان تخريب أو تدعيم هذه الأدوات للثقافة المحليـة المنقولة اليها سيتوقف على قدرة البيئـة المحلية بهياكلها المختلفة على تطويع هذه الأدوات ، وتوظيفها لخدمة المصـالح والثقافة المحلية .

والثابت أن أهداف وغايات الاتصال تتباين بتباين الأوضاع السـياسية والاقتصـادية والفكرية فى كل مجتمع ففى المجتمع الراسمالى يعد الاتصـال نسـق طبقى يقوم بدوره فى خدمة أهداف المجتمع الراسمالى والحال كذلك فى المجتمع الاشتراكى وهو ايضـا كذلك فى المجتمعات النامية تتحدد أهدافه على ضـوء أهداف وغايات نظم الحكم التى تصـوغ عمليات الاتصـال فى هـذه المجتمعـات(٣) .

---

(١) جلال أمين ، بعض مظاهر التبعية الفكرية فى الدراسات الاجتماعية بالعالم الثالث ، اشكالية العلوم الاجتماعية فى الوطن العربى ، مؤلف جماعى ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، ١٩٨٤ ص ٢٣٤ .

(٢) راجع دراسة وافية قام بها صاحب العمل الراهن فى :
عبد الفتـاح عبد النبى ، سسـيولوجيا الخبر الصحفى ، القـاهرة ، العربى للنشر والتوزيع ، ١٩٨٩ .

(٣) أحمد أبو زيد ، الاتصال ، عالم الفكر ، العدد الثانى ، اغسـطس ١٩٨٠ ص ٨ .

واذا كان توظيف تكنولوجيا الاتصال يعنى الأهداف والغايات التى تستخدم من اجلها ، واذا كانت هذه الاهداف والغايات تتباين فى المجتمعات المختلفة ، فاننا يمكن هنـــا الحديث عن مستويين من مستويات توظيف تكنولوجيا الاتصال فى الدول النامية :

الأول : مستوى النظام السياسى . **والثانى :** مستوى الأفراد وما يدفعنا الى هـــذا التقســـيم هو ما نلاحظه فى أحوال كثيرة من انفصال واضـــح بين كلا المستويين فى استخدامهما لأدوات الاتصال :

والثانى : مستوى الأفراد . وما يدفعنا الى هذا التقسيم هو ما نلاحظه

(أ) التوظيف على مستوى النظام السياسى :

يرتبط توظيف اجهزة الاتصال فى الدول النامية بطبيعة الظروف المجتمعية والنظام السياسى والاجتماعى القـــائم فى هـــذه الدول ، ومع ما قد يوجد من تمايزات فى ظروف وأوضاع هذه الدول الا أنها متشابهة جميعا فى مجموعة من السمات تجعل واقع الممارسة الاعلامية فيها تبدو متشـــابهة الى حد كبـــير . فهذه الدول تتميز بحداثة استقلالها وخضوعها طويلا تحت السيطرةالاستعمارية ومع أن معظمها قد حصل على الاستقلال السياسى ، الا أنها ما زالت جميعـــا تعانى بصـــورة أو باخرى من آثارهذه السيطرة وأوضـــاع التبعية الاقتصادية والثقافية للدول المتقدمة(١)

كذلك يتســـم الاطار الاقتصـــادى والاجتماعى فى هـــذه الدول بالفقر العام ، وتدنى الأحوال الاقتصادية ، وجمود الحراك الاجتماعى ، وتفـــاوت واضح فى توزيع الدخول وتفشى الأمية والتعددية العرقية واللغوية . كما تتميز هذه الدول بغيـــاب أو ضعف التجمعات السياسية اذ أن كثيرا من الاحزاب السياسية فى هـــذه المجتمعـــات مجرد تنظيمات من خلق فرد وبالتـــالى تتحدد طبيعتها بشخصيته أكثر منها بآرائه السياسية بل ويمكن أن تنتهى بمجرد وفاته أو فقدانه للاهتمـــام السياسى ، ويكمل ذلك غياب أو هامشـــية المعارضـــة السياسية وتمحور النظام السياسى كله حول نخبة محددة جدا من الافراد أو حتى فرد واحد هو شخص رئيس الدولة(٢) .

ويلقى هذا الواقع بجوانبه المختلفة بظلاله على الواقع الاعلامى فى الدول

---

(١) عواطف عبد الرحمن ، قضـــايا التبعية الاعلامية والثقافية بالعالم الثالث ، عالم المعرفة ، الكويت ، ١٩٨٤ .

(٢) كمـــال المنوفى ، الرأى العـــام فى الدول النـــامية ، مرجع ســـابق ص ٦٩ .

النامية ، وهو الواقع الذى يحمل هو الآخر خصـائص التخلف ويتمثل ذلك فى المؤشرات التالية(١) :

١ — محدودية قنوات الاتصال وعدم كفايتها فى كثير من الاحيان ونمطية وتشـابه ما تحمله من رسائل وارتباطها المفرط بالسلطة الحاكمة .

٢ — تدنى معدلات حيازة أدوات الاتصـال لدى الأفراد فى هـذه الدول

٣ — التمركز فى المنـاطق الحضرية واهمـال المنـاطق الريفيـة على اتسـاعها وغلبة عدد سكانها .

٤ — محدودية مصـادر المعلومات ، والاعتمـاد المفرط على المؤسسات الأجنبية فى الحصول على المعلومات وفى تشغيل اجهزة الاعلام .

٥ — تدنى قدرات الأفراد على المشاركة والتعامل مع أجهزة الاتصال .

٦ — عدم وجود قنوات اتصـال بين المؤسسات الاعلامية والمؤسسات الاخرى فى الدولة التى يمكن أن تستفيد من النشـاط الاعلامى وتفيده أيضا .

وفى اطـار هذا الواقع السياسى والاقتصادى والاجتمـاعى والاعلامى الذى يسود العديد من الدول النامية ، توظف الأنظمة السـياسية بهذه الدول اجهزة الاعلام التى تخضع عادة للتوجيه والسيطرة من جانب هـذه الانظمـة لأداء مجموعة من المهام يمكن بلورة أهمها فيما يلى :

١ — التنميـة :

كانت قضية التنمية هى القضـية الأكثر الحاحا أمام المجتمعات النامية فى اعقـاب حصولها على الاستقلال السياسى ، فقد وجدت هـذه المجتمعات انه لا بديل امامها للخروج من حالة التبعيـة والتخلف والركود الا من خـلال الاعتمـاد على الذات ، وتعبئة الموارد والامكانات وحسن استغلالها من اجل البنـاء والتقدم ، وقد اتجهت انظار المسـئولين فى الدول النامية الى اجهزة الاعلام باعتبارها أداة فعالة يمكن توظيفها لمساعدة خطط التنمية الحكومية(٢) . حيث بدا واضحا أمام هـؤلاء القادة قدرة هذه الأجهزة فى مجال نشر المعلومات

---

(١) لمزيد من التفاصيل حول مؤشرات التخلف الاعلامى فى الدول النامية انظر : فرنسيس بال ، وسائل الاعلام فى الدول الناميـة ، ترجمـة حسـين العودات ، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، ادارة الاعـلام ، ١٩٨٢ ص ص ١٠ — ١٦ .

(٢) محمد عبد القادر احمد ، دور الاعلام فى التنميـة ، مرجع سـابق سابق ص ٢١٧ .

والبيانات والأفكار الجديدة وتغطية اخبار المشاريع الحكومية وتوفير عنصر المعرفة حولها لدى مختلف القطاعات فى المجتمع ، وشرح وتفسير هذه المشاريع واهميتها وتهيئة المناخ الاجتماعى والثقافى الملائم لقبولها وتحقيق الاجماع حول المقترحات الجديدة ، والمساعدة فى اضعاف الاتجاهات المعارضة لها ومعالجة المشكلات والقضايا التى يعانى منها المجتمع وتعترض خطط التنمية الى غيرها من المهام الضرورية التى تتطلبها عمليات التغيير والتنمية كالتدريب وتقييم ومتابعة الاجراءات ومعالجة الآثار الناجمة عن عمليات التبديل والاحلال ... الخ .

وقد يسهل من مهمة قيام أجهزة الاعلام بمثل هذه العمليات فى الدول النامية خضوع هذه الأجهزة للسيطرة والتوجيه الحكومى الامر الذى يتيح فرصة أفضل لممارسة اعلامية موحدة ومنسقة مع الجهود الحكومية(١) بيد ان اخفاق العديد من الحكومات فى الدول النامية فى رسم سياسات تنموية واضحة المعالم ، وضعف الأداء السياسى للانظمة الحاكمة فى الكثير من هذه الدول ، وفشلها فى تحقيق أمال وطموحات شعوبهم فى التنمية والتقدم ، قد انعكس سلبيا على المهام التنموية لأجهزة الاعلام فى الدول النامية ، فباستثناء بعض العمليات المحدودة التى تقوم بها هذه الأجهزة بين الحين والآخر فى مجال التوعية والارشاد الصحى ، وتنظيم الأسرة وغيرها من القضايا تركزت معظم عمليات هذه الأجهزة للدفاع عن الأنظمة الحاكمة ، وغلب الطابع الدعائى على العملية الاعلامية برمتها فى هذه الدول(٢) . وهو الطابع الذى يتسم بتلوين الأخبار والمعلومات والحقائق بالآراء والعاطفة والتمحور حول وجهة نظر واحدة ، هى وجهة نظر السلطة وأصحاب النفوذ ، والتذرع بالاستقرار والقاء اللائمة على الآخرين والهاء الجماهير فىتوافه الأمور وقضايا فرعية ، بعيدا عن القضايا الأساسية الى غيرها من العمليات التى تهدف فى الأساس الى تزييف وعى الأفراد أو تغييب هذا الوعى ، والحيلولة دوناقامة رأى عام مستنير قادر على فرض التغيير كمهمة أساسية ، أصبحت توكل الى أجهزة الاعلام فى العديد من الدول النامية فى الوقت الراهن .

---

(١) ديفد ويفر وكريستين اوغان ، نظرة عامة على الاعلام والتنمية ، ترجمة منى الطاهر ، المنظمة العربية للتربية والعلوم والثقافة ، ١٩٨٥ ص ١٤ .

(٢) انظر فى ذلك :

خالد رشيد ، الاعلام العربى واقعه وأبعاده ومستقبله ، بغداد دار الحرية ، ١٩٨١ .

٢ ـ اضـفاء الشرعيـة :

تستخدم النخب الحاكمة فى العديد من الدول النامية اجهزة الاعلام كاداة لاضفاء الشرعية وتثبيت دعائم نظم الحكم القائمة وبالذات مع تزايد ضعف الأداء السياسى لهذه النظم وعجزها عن قيادة مسيرة التنمية وتحقيق الاسـتقلال الكامل ، وتدنى الأوضاع المعيشية للأفراد . والمقصود بالشرعية هنا ، هو تحقيق رضاء الجماهير وقبولهم لما هو قائم وللطريقة التى تمارس بها النخب الحاكمة الجديدة سلطاتها وللاجراءات التى تتخذها فى مجال التغيير . وبدون اضفاء الشرعية على هذه الاجراءات والقرارات يصبح النظـام القائم غير مستقر وعرضة للاهتزازات .

ويرى « ماكس فيبر » أن الشرعيـة يمكن أن تستمد من واحد أو اكثر من مصـادر ثلاثة هى(١) التقـاليد والزعامة الملهمة والعقلانية ، ويعنى المصـدر الأول استخدام اجهزة الاعـلام للمعتقدات الشـعبية والعـادات والاعراف السـائدة فى المجتمع والمتوارثة عبر الاجيال والتى تؤكد على الأحقية بالسـلطة والطاعة أولى الأمر ، ويدخل فى هذا المصدر المعتقدات الدينيـة وكثيرا ما تلجأ النخبة الحاكمة عن طريق أجهزة الاعلام الى استخدام هذا المصـدر ، وذلك بالاهتمام بالموالد والاحتفالات والمناسـبات المختلفة التى تحرص القيادة على مباركتها وحضورها ، واستخدام الاناشيد الدينية التى تحث على طاعة الحكام وأحقيتهم فى الحكم ، وكذلك الاهتمـام بالاغانى الشعبية والفلكلورية ، وذلك كله بهدف تحقيـق رضـاء وقبول الجماهير للنظام القائم واكتساب الشرعيـة المطلوبة .

اما المصـدر الثـانى ، والذى يتعلق بالزعامة الكارزمية ، فانه يعنى تحقيـق الولاء والطاعة من جانب الاتباع والمحكومين للقائد او الزعيم او رئيس الدولة . ويتأتى ذلك من خـلال ضفاء هالة من الاحترام والتبجيل والهيبة على شخصيته وابراز تصرفاته واعمـاله فى صورة جذابة ومشوقة دائمـا(٢) ولعل ذلك هو السبب الذى من اجله تحتل صور وتحركات الرؤسـاء والزعمـاء فى العديد من المجتمعات وبالذات النامية ، المسـاحة الواسـعة من صـفحات الصحف ، وساعات البث الاذاعى والتليفزيون ، وتضـخيم تصرفاتهم واضفاء صـفات عليهم من قبيـل ، الملك المفدى ، والرئيس المؤمن ، والعاهل المعظم،

---

(١) انظر فى ذلك :

Max Weber, The Theory of Social and Economic organization New York, Oxford University Press, 1947 P. 130.

(٢) على عجمى ، الاعلام والثقافة فى مصر ، الحلقة الدراسية الثـالثة لبحوث الاعـلام ، مرجع سـابق ، ص ٦ .

وصـــياجب الجلالة الى غيرها من صـــفات التـــأليه والتعظيم التى نســـمعها ونقراها فى اجهزة الإعلام وتستهدف اضـــفاء الشرعية على هؤلاء القادة .

ويعنى المصدر الثالث ، الذى اطلق عليه « فيبر » المعقلانية القـــانونية Legal rational وهى مجموعة القواعد والقوانين التى تحدد واجبـــات وحقوق النخبة الحاكمة ، وطريقة شـــغل المناصب واخلائها ، وانتقال السلطة وتداولها وممارستها ، كذلك حقوق وواجبات المواطنين وتنظيم علاقاتهم بالسلطة الحاكمة ، وبصرف النظر عن مصدر هذه القوانين والقواعد أو القـــوى التى قامت بتشكيلها وصياغتها ، فان كثيرا ما يستفاد من أجهزة الاعـــلام فى الدول النامية فى التأكيد على ضرورة الالتزام بهـــذه القـــواعد والقوانين والحث على الانضباط وعدم الخروج عليها واعتبار كل من يخرج عليها منحرف وخارج عن الاجماع ؛ ومن المؤكد أن نجاح أجهزة الاعلام فى مهمة اضفاء الشرعية ، يتوقف الى حد كبير على كفاءةوفاعلية النخبة الحاكمة فى ادارة شئون المجتمع ومدى نجاح هذه النخبة فى تحقيق أهداف المجتمع وتطلعاته .

٣ — الضـــبط الاجتمـــاعى :

كذلك تقوم اجهزة الاعلام فى المجتمع النامى بمهمة الضبط الاجتمـــاعى ، بمعنى أنها تعمل فى المجتمع بوصـــفها احدى القوى التى تساهم مع القوانين والاعراف والتقاليد ... الخ على امتثال الافراد لمعايير السلوك التى يفرضها المجتمع[١] ، وتزداد أهميـــة دور أجهزة الاعلام فى هـــذا المجال على بقية القوى الاخرى فى فرض الضبط الاجتمـــاعى لما لديها من قدرات هامة فى مجال نشر الآراء والافكار على نطاق قومى ولدى قطاعات عريضـــة من الافراد ومخاطبة الجماعات المختلفة ، وتحقيق الارتباط بينهـــا خصوصا فى المجتمعات الحديثة حيث يصبح الشىء الجديد الذى يتم نشره عبر أجهزة الاعلام بمثابة قوة موجهة تقود الافراد شرا أو خيرا الى انمـــاط من السلوك ذات طابع جمعى اكثر منه فردى . وهو ما يطلق عليه مصطلح المجتمع الجماهيرى Mass society حيث تلعب أجهزة الاعلام دور صـــناعة الثقافة وبلورة الراى العـــام الذى يصبح القوة الضاغطة فى مجال اتخاذ القرارات[٢] .

---

(١) للوقوف على مفهوم الضبط الاجتماعى وأساليبه والاتجاهات النظرية فى دراسته انظر :

عبد اللهالخريجى ، الضبط الاجتماعى ، دار الشروق ، جدة ، المملكـــة العربية الســـعودية ، ١٩٧٩ .

(٢) أنظر فى ذلك :

ALAN Swinge Wood, The Myth of Mass Culture Macmillan Press, London, 1979, P. 13.

ويتميز المجتمع الجماهيرى ، بأنه يتكون من اعداد هائلة من الافراد غير المترابطين من الناحية الاجتماعية ويتحقق تماسكه من خلال الاتصالات غير الشخصية عبر أجهزة الاعلام الجماهيرى(١) كما أنه يعمل من خلال قاعدة الاتصال ذات الاتجاه الواحد ، وليس من خلال التفاعل ، وبناء على ذلك ، فان المجتمع الجماهيرى يكون عرضة للضبط الاتوقراطى عن طريق قلة من الافراد ، وهم هؤلاء الذين يحددون ما ينشر وما لا ينشر فى أجهزة الاعلام ، فهى تحدد أنماط السلوك وأشكال التصرف فى المواقف المختلفة ، كما تحدد للجماهير معتقداتها وافكارها واساليب سلوكها وهى بذلك تقوم بدور مهم فى تشكيل وعى الافراد وأن طبيعة هذا الوعى يتحدد على ضوء توجهات النخب الحاكمة فى المجتمعات المختلفة .

٤ — الوحدة الوطنية :

فى الدول النامية وبالذات التى ما زالت فى دور التكوين أو حديثة العهد بالاستقلال ، تستخدم أجهزة الاعلام بكفاءة عالية من اجل تعزيز النعرة القومية وتأكيد الانتماء ووحدة الامة ، ومن هنا يركز جانب كثير من التغطيات الاعلامية عبر هذه الأجهزة ، على الذات القومية ، والانجازات الايجابية للامة والوحدة الوطنية والسلام الاجتماعى(٢) .

وتزداد الحاجة الى أجهزة الاعلام فى المجتمعات النامية التى تتعرض باستمرار لعوامل التغيير من اجل تحقيق الاتفاق والقبول والاستقرار ، حيث يبدو أن العامل الاخير والخاص بتحقيق الاستقرار هو الشغل الشاغل للنخب الحاكمة فى العديد من هذه المجتمعات والذى يعنى ضرورة المحافظة على الاوضاع الراهنة ومقاومة أى تغيير يهدد نظم الحكم القائمة ، وتمارس أجهزة الاعلام هنا دورها ايضا بكفاءة عالية من خلال امتداح وتعظيم أساليب الثقافة السائدة ، وتأييد مثاليات الجماعة الحاكمة ، ومنع نشر انباء أو وقائع معنية أو اخفائها تجد فيها تهديدا للبناء الاجتماعى والثقافى القائم .

٥ — الترفيه :

يلعب الترفيه دورا مهما فى عملية الالهاء السياسى وصرف الانتباه وتزيف وعى الأفراد ، وصرفهم عن واقعهم المعاش وتدرك الانظمة السياسية

---

(١) عبد الله الخريجى ، الضبط الاجتماعى ، مرجع سابق ص ٩٨ .

(٢) عبد الفتاح عبد النبى ، سوسيولوجيا الخبر الصحفى ، مرجع سابق ص ٥٧ .

في بلدان العالم الثالث ، والتي تعاني من فقدان الشرعية ، والعجز السياسي هذه الحقيقة ، فتلجأ الى أجهزة الاعلام للقيام بمهمة الترفيه ، والمساعدة في التنفيس والتخفيف من وطأة المعاناة التي يعيش في اطارها الافراد ، ولعل ذلك يفسر أسباب اتساع حجم المضامين الخيالية التي تبثها أجهزة الاعلام في هذه الدول وهي المضامين التي تتمثل في القصص والراويات الفكاهية والمسابقات بين الاندية الى غيرها من المضامين التي تهدف الى نقل الفرد من واقعه المعاش المثقل بالمشاكل الى عالم أكثر رحابة واشراقا تتجسد خلاله كل امال الفرد وطموحاته والتي يعجز عن تحقيقها في دنيا الواقع .

ولكن يبدو أن أجهزة الاعلام في جميع الاحوال مضطرة الى نشر مثل هذه المضامين الخيالية ليس فقط بفعل التوجيه السياسي والتنفيس عن الرغبات المكبوتة لدى الافراد ومعاناتهم اليومية ، ولكن ايضا بهدف جذب الجماهير أساسا الى التعرض لمضامين هذه الأجهزة بعد أن ثبت اقبال الجماهير على مثل هذه المضامين على اختلاف انتماءاتهم الاجتماعية(١) . بيد أن المشكل هنا لا يتحدد في حجم هذه المضامين أو أهدافها ومدى الاقبال عليها ، ولكن في نوعية ما يقدم من مواد ترفيهية، حيث كثيرا ما تتسم هذه المواد بالسطحية والابتزال والميل للاثارة والاسفاف الأمر الذي يترك تأثيرات مدمرة على واقع الحياة الاجتماعية والثقافية للأفراد .

(ب) التوظيف على مستوى الأفراد :

يتأثر توظيف وسائل الاتصال على المستوى الفردي بعدة عوامل تتضافر معا لتحديد الكيفية التي يستخدم بها الفرد الوسيلة الاتصالية ويمكن تحديد هذه العوامل فيما يلي :

١ — القدرات الذاتية للفرد (فسيولوجية ، ثقافية ، اقتصادية) .

٢ — الصورة الذهنية للفرد عن الوسيلة الاتصالية .

٣ — خصائص هذه الوسيلة وقدراتها الاعلامية .

٤ — الطريقة التي يتم بها توظيف هذه الوسيلة من قبل النظام السياسي .

٥ — الواقع الثقافي والاجتماعي الذي يعيش في اطاره الفرد بما يمليه من احتياجات واهتمامات معينة .

---

(١) شون ماكبرايد وآخرون ، تقرير اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال ، الجزائر ، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع ، ١٩٨١ ص ٥١ .

للافراد .

ودون الدخول فى مناقشة تفصيلية لكل عامل من هذه العوامل فانه فى ظروف الفقر المطلق والنسبى الذى يعيش فى اطاره العديد من الافراد فى المجتمعات النامية ، وتدنى المستويات الثقافية والصحية ، وتفشى الامية وسوء الأحوال المعيشية ، فان ما يشغل بال هؤلاء الافراد حقا طوال كل او اغلب الوقت هو كيفية مواجهة نفقات الحياة اليومية ، ومع الفقر والاستغراق فى مشاكل الحياة اليومية والمصالح الذاتية البحتة ، يختفى او يتضاءل الاهتمام بالقضايا أو الأحداث العامة ، أو الرغبة فى المشاركة وابداء الراى والحوار حول المشاكل والقضايا القومية ، والتى قد تثيرها أجهزة الاعلام ، ومع اشتداد وطأة المعاناة الاقتصادية والاجتماعية تتزايد النزعة الدينية والهروبية والاستسلامية لدى الغالبية العظمى من جماهير العالم النامى .

ومع الاحتكار الصارم من جانب السلطة السياسية لأجهزة الاعلام المركزية ، واستغراق هذه الأجهزة فى عمليات الدعاية السياسية ، والتبرير والمساندة واضفاء الشرعية على الممارسات المشروعة وغير المشروعة ... الخ . وعجز هذه الأجهزة اما بحكم طبيعتها الذاتية او نتيجة للطريقة التى توظف بها عن النجاح فى تحقيق التفاعل والمشاركة الايجابية مع الجماهير ، فقدت اجهزة الاعلام الرسمية مصداقيتها وترسخت الصورة الذهنية لديها بأنها اجهزة سلطة وليست اجهزة شعبية يمكن الاعتماد عليها وانها أدوات للترفيه والتسلية وتمضية الوقت ، وليست للتوعية والارشاد والتثقيف ، فالصحيفة تقرأ للتسلية وتمضية الوقت والتليفزيون للفرجة والانبساط والراديو للاغاني والاستماع للقرآن الكريم وهكذا .

وفى ظل ما تقدم يوظف الجانب الأكبر من الأفراد فى المجتمع النامى أجهزة الاتصال بأنواعها المختلفة فى :

١ — الالمام بطقوس الحياة اليومية وبالذات تلك المتعلقة بعنصر الوقت والزمن مثل مواقيت الصلاة والآذان ، ومواعيد اذاعة المسلسلات حتى ان بعض الافراد يستخدم هذه المواقيت لتحديد مواعيد مقابلاته مع الآخرين .

٢ — الترفيه والتسلية وتمضية الوقت ، وينصرف هذا الاستخدام على كل أجهزة الاعلام المركزى حيث يتزايد اقبال الافراد على المضامين الترفيهية التى تبثها هذه الاجهزة (المسلسلات ، الافلام ، الاغانى ، المباريات الرياضية ، الحوادث والجرائم ... الخ) وكذا على اجهزة الاتصال الصغيرة (الفردية) مثل الفيديو وشرائط التسجيل وغيرها .

٣ — الاستماع الى القرآن الكريم والاحاديث الدينية عبر وسائل الراديو والتليفزيون وشرائط التسجيل .

٤ — متابعة طقوس وممارسات النخب الحاكمة وذوى النفوذ فى المجتمع ، دون محاولة التجاوب أو حتى مجرد الانخراط الوجدانى مع هذه الممارسات والاكتفاء بالفرجة والسخرية من هذه الممارسات .

٥ — تسهيل الاتصال الاجتماعى ، وذلك بالاستعانة أحيانا ببعض مضامين أجهزة الاتصال فى المناقشات والحوارات الشخصية .

٦ — الشهرة : فقد استخدم بعض الافراد من أدباء ومفكرين وفنانين ومنتجين وغيرهم أجهزة الاتصال بأنواعها المختلفة ، فى تحقيق شهرة واسعة حتى اصبحوا أعلاما معروفين على نطاق جماهيرى .

وأيا كانت المهام التى تؤديها أجهزة الاتصال سواء على المستوى السياسى أو الفردى فى البلدان النامية ، فاننا نؤكد أن هذه المهام السابق تحديدها ، هى مهام عامة تقوم بها أجهزة الاتصال فى المجتمعات النامية الا أن ذلك لا ينفى حقيقة أن هذه المهام تتباين من حيث أولوياتها وسماتها وفقا للاوضاع المجتمعية والخصائص الحضارية التى تميز كل مجتمع من المجتمعات النامية .

الفصل الرابع

تكنولوجيا الاتصال
(التأثير والفاعلية)

الفصـــل الرابع
تكنولوجيـــا الاتصـــال (التأثير والفاعلية)

مقـــــدمة :

اذا كان الفصـــل الســـابق قد اظهر الكيفيـــة التى تستخدم بها أجهزة الاتصـــال فى المجتمعات النامية بعامة ، والاهداف والغايات التى توظف من اجلهـــا فى هذه المجتمعـــات ، فان هذا الفصل يسعى لمنـــاقشة نتائج قيام اجهزة الاتصـــال بالمهـــام التى توظف من اجلها وحقيقة التأثيرات الاجتماعية لهذه الاجهزة . لمـــا لذلك من علاقة وثيقـــة ومبـــاشرة بموضوع اهتمـــامنا الرئيسى فى هذا العمل وهو بحث علاقة الاتصـــال بالثقافة المحلية .

والواقع ، ان قضـــية تأثير أجهزة الاتصـــال الحديثة فى المجتمع ، تعد واحدة من القضـــايا المعقدة ذات التاريخ الطويل والممتد فى التراث الاعلامى ، والتى لا يزال الجدل دائرا حولهـــا بين الباحثين ولا يكمن تعقيدها وصعوبتها فى اضطراب المفاهيم التى جرى طرحها حتى الآن ولا فى حجم المشـــاكل الفنية الخاصة بتصميم بحوث التأثير ، وصعوبة عزل المؤثرات الاخرى الفـــاعلة فى العمليـــة ، وقلة التنظير الدقيـــق فى هذا المجال ، وقيام بحوث التأثير التى اجريت على أسس نظرية ومنهجية غير واضـــحة ... الخ . ولكن للقضية ابعادا أيديولوجية ومجتمعيـــة أيضـــا حيث يحدد الانتماء الفكرى للباحث مدى اقباله — أو معارضته لمناقشة قضية تأثير أجهزة الاعلام فى المجتمع .

فأنصار الاتجاه الوظيفى أو الليبرالى ، الذين يؤمنون بالتفرد واستقلال النظم الاجتمـــاعية فى المجتمع ... الخ يميلون الى فهم الاتصـــال كنســـق وظيفى له دوره فى نقل الرسائل الاعلامية الى الافراد ، وبالتالى فانهم يسعون للتعرف على مضـــامين هذه الرسائل ودرجة تأثيرها على وحدات المجتمـــع ومناشطه المختلفة ، حيث يتزايد الاهتمـــام لدى انصار هذه الاتجاه ، للتعرف مثلا على تأثير المواد الاعلاميـــة على رؤية الفرد للعـــالم الذى يحيط به ، وفى اتخاذ قراراته .

وفى المقـــابل ، فاننا نجد أنصـــار الاتجـــاه المـــادى الجدلى ، يشككون كثيرا فى جدوى بحوث التأثير الاعلامى ، فمن وجهة نظر أنصار هذا الاتجاه فقد تشكل التاريخ من خلال علاقات الصراع والتناقض بين الطبقات الاجتماعية المختلفة ، وأن التنافس فى الحملات الانتخابية مجرد تنافس بين شيئين متماثلين

كمـــا ان بحوث التأثير التى يجريها أنصــار الاتجاه الوظيفى تتجــاهل طبيعة الخضـــوع الأيديولوجى لأجهــزة الاعـــلام للطبقـــة المســـيطرة فى المجتمع . وهكذا ، فان عمليــات أجهزة الاعــلام تفهم لدى أنصــار هــذا الاتجاه بوصــفها نشر وترويج مفاهيم ذوى النفوذ فى المجتمع وخدمة مصالح واهتمامات الجمــاعة الحاكمة ، وهذه المفاهيم والاهتمــامات فى حد ذاتهــا لا تصلح أن تترجم بســهولة الى اى شــكل من أبحاث التأثير بالصــورة المعروفة(١) . وفضــلا من ذلك ، فان التقييم النهائى لتأثير أجهزة الاعلام ، لا يتحدد فقط من خلال عنصرى المضمون والجمهور ، كما يعتقد أنصار الاتجاه الوظيفى ، ولكن أيضــا من خــلال الطريقة التى يتم بهــا امتــلاك وتوظيف المؤسسات الاعلامية فى المجتمع ، ومع أن انصــار الاتجاه المــادى الجدلى ينظرون الى أجهزة الاعلام باعتبارها أدوات مهمة فى تشــكيل وعى الافراد ، الا أن اتجاه هذا الوعى لا يمثل أهميــة ، ولا يتطلب الدراسة الميدانية ، طالما انه يعكس أفكار وتصورات الجماعة الحاكمة ويوجه أساسا لتدعيم الاوضاع القــائمة .

كذلك ، فان التمايزات المجتمعية المختلفة ، توضح أســباب الاقبــال أو عدم الاقبال على دراسة تأثير أجهزة الاعــلام فى هــذا المجتمع أو ذاك . ويفسر « بملر » أسباب تزايد اقبال المؤسســات الاكاديمية فى الولايات المتحدة الامريكية وبالذات فى فترة ما بعد الحرب العــالمية الثانية على دراسة تأثيرات أجهزة الاعلام ، بأن هــذا المجتمع بدأ يشــهد موجة من التغيرات الاجتماعية غير المتوقعة ، وظهور أســاليب حياة غير مبررة وعابثة ، وتفشى العادات الجنســية السيئة وتضــاءل الثقــة بالادارة نتيجة للحرب الفيتنامية ، ومن ثم ، نظر خبراء الاتصــال ورجال الاعــلام فى المجتمــع الامريكى الى أجهزة الاعلام بوصــفها عاملا من عوامل هذا التغيير الاجتماعى ، أو أنهــا أدوات يمكن توظيفها للحصول على التأثير الجماهيرى ومنبهات أو محركات لتحقيــق الاهداف المقترحة للتغيير ومن هنــا تأتى أهمية بحوث التــأثير فى المجتمــع الامريكى .

وفى المقابل يقل الاهتمــام نسبيا ببحوث التأثير الاعلامى فى المجتمعــات الأوربية ففى هذه المجتمعات لا يتجسد الاختيار بين الافكــار المتعارضـــة فى كتابات المثقف بنفقط ، ولكن تترجم هذه الافكار أيضــا بشكل منظم الى أحزاب وتيارات تتضمن الدعوات الراديكالية للتوزيع الســائد للثروة والسلطة .

---

(١) انظر فى ذلك :

Blumler, J. & Gurrevitch. M., The Political Effects of Mass Communication, in Michael Gurevitch & other (eds) Culture, Society and The Media, Methuen, London, 1982), P. 238.

كمـــا هو الحال فى البلدان الاشتراكيـــة ، ومع ان حجم ما تحقق من مســـاواة وعداله فى هذه البلدان لميزل قاصرا وسطحيا ، حيث استمرت ملامح النظام القائم على التمايزات الاجتمـــاعية ، فان ذلك دفع عددا من الباحثين فى هذه البلدان الى التســـاؤل حول ما اذا كان الاتصـــال الجماهيرى قد لعب دورا فى الحد من الدوافع الراديكالية وبالذات بين افراد الطبقة العاملة التى ظلت تعانى فى المجتمعات الاشتراكيـــة وبالتالى ، فان التصور السائد لدى العـــديد من الباحثين فى هـــذه المجتمعات يتجه الى اعتبار اجهزة الاعلام مؤسســـات للضبط الاجتمـــاعى تعمل اساسا للحد من الاتجاهات الراديكالية فى التغيـــير الاجتمـــاعى والمساعدة فى تدعيم الاوضـــاع القائمة والمحافظة عليها(١) . ومن ثم يقل اهتمـــامهم ببحث قضية التأثير على أساس أن تصور الضبط الاجتماعى يعنى أن مضـــامين اجهزة الاعلام تميل الى التدعيم وليس التغيير ، الامر الذى لا يستأهل البحث والدراسة طالمـــا ان ما هو قائم معروف سلفا .

وفى المجتمعات النامية ، حيث تشـــهد هذه المجتمعات تغييرات سريعـــة ومتلاحقة ، وتتزايد اهميـــة ومكانة أجهزة الاعلام فى الاسراع بتحقيق برامج التغيير والتنميـــة ، نجد أن هنـــاك ميـــل بين البـــاحثين والمفكرين فى هـــذه المجتمعات للوقوف على تأثيرات هذه الاجهزة وحقيقة دورها فى هذه المجتمعات ولكن هذا الميـــل . ظل كامنـــا ، ولم يترجم الى بحوث واضـــحة لاســـباب متعددة ليس هناك محل لمناقشتها(٢) .

وأيا كانت التعقيدات والمشـــاكل المحيطة ببحث قضية التأثير الاعلامى ، وبعيـــدا عن الاختلافات القائمة بين الباحثين لتأييد أو تجاهل مناقشة هـــذه القضية . فاننا نرى ان طرح هذه القضية للمناقشة ، يكتسب هنـــا مشروعية خاصة على ضوء الانقســـام الواضـــح فى موقف الباحثين بين تأكيد قوة أجهزة الاعـــلام والتقليـــل أو التهويل من شـــأن عمليـــات هذه الاجهزة ودورها فى المجتمع ، وكذلك الحاجة الى الاطلاع على التطورات الجديدة فى بحوث التأثير الاعلامى ، وابرز انجازاتها ، وتقديم رؤية نقـــدية لهذه البحوث تتيح لنا فهما

---

(١) Ibid, P. 239.

(٢) للوقوف على عرض مفصل لمشـــكلات بحوث الاعلام فى المجتمعات النامية انظر :

سمير حسين ، بحوث الاعلام ، الاسس والمبادىء ، القاهرة ، عـــالم الكتب ١٩٧٦ . وكذلك :

مجموعة الدراسات والبحوث التى قدمت الى اجتماع خبراء بحوث الاعلام فى الوطن العربى ، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، القاهرة ديسمبر ١٩٧٨ .

افضـــل لحقيقة تأثيرات أجهزة الاعلام وكيفيـــة دراسة هذه التأثيرات فى الواقع المحلى باختصـــار ، فان هذا الفصل يتناول مناقشة العناصر التالية :

١ — تطور بحوث التأثير الاعـــلامى .

٢ — المداخل النظرية فى بحوث التأثير .

٣ — المحددات الفاعلة فى تأثير أجهزة الاتصـــال .

أولا : تطور بحوث التأثير الاعـــلامى :

ادى النمو الهـــائل فى أجهزة الاعلام منـــذ بداية هـــذا القرن . وتزايد الثورات السياسية والاجتمـــاعية العـــالمية ، التى يرى البعض أن أجهـــزة الاعلام لعبت دورا فيهـــا الى توجيه الانتبـــاه الى هـــذه الأجهزة والى ضرورة الكشف عن حقيقـــة دورها بطريقة علميـــة ومنظمـــة . وكذلك الوقوف على ميكانزمات قوتها وتأثيرها . وقد اتخذ البحث فى تأثير أجهزة الاعلام ثلاث مراحل اســـاسية ومتميزة(١) .

المرحلة الأولى : ويمكن حصرها فى الفترة من أواخر العشرينيات وحتى بداية الحرب العـــالمية الثانية ، وارتبطت بحوث التأثير فيهـــا باتجـــازات علم النفس الاجتمـــاعى (نموذج المثير — الاستجابة — التعلم) وبالاعتبارات المهنية والتجارية وجرى خلالهـــا تطوير عدد من النمـــاذج النظرية بهدف البحث عن طرق جديدة للنهوض بكفـــاءة الاعلان وتنظيم الحمـــلات الانتخابية واستطلاع الرأى العـــام حول قضـــايا معينة (ســـياسية فى الاســـاس) وزيادة توزيع الصحف ... الخ . وقد اتجهت الأنظار خلال هذه المرحلة الى أجهزة الاعـــلام بوصـــفها أدوات فعالة فى تشـــكيل الآراء والمعتقدات ، وفى التـــأثير الدعائى القوى للمضـــامين الاعلامية ، وقد ســـاهم فى تشـــكيل هذه النظرة ، المناخ الســـياسى والفكرى الذى كان ســـائدا خلال هذه المرحلة ، فقد أعقب الهدوء النسبى الذى ســـاد العالم بعـــد الحرب العالمية الاولى ، وظهور الحكومات الفاشيستية منذ عام ١٩٣٠ فى ايطاليـــا والمانيـــا ، واليـــابان ، واستخدامها أجهزة الاعلام فى الاعمـــال الدعائية والتأثير فى عواطف واتجاهات النـــاس ، والضرب على وتيرة الولاء والطاعة والالتزام . كمـــا ســـاهم فى ذلك أيضـــا ســـيادة نظرية المجتمـــع الجمـــاهيرى Mass society التى جعلت دراســـة تأثير أجهزة الاعلام تأخذ منحى يرى أن انحصـــار الاشـــكال التقليدية للتنظيم ،

---

(١) أنظر فى ذلك :

ســـامية محمد جـــابر ، الاتصـــال الجمـــاهيرى والمجتمع الحديث ، الاسكندرية ، دار المعرفة الجامعية ، ١٩٨٤ ص ١٤٠ .

الاجتماعي تحت تأثير التصنيع والتحضر ، قد اثرت فى النظام الاجتماعى حيث أصبح الافراد فى ظل المجتمع الحديث ، عبارة عن ذرات مبعثرة ومعزولة عن الشبكات التقليدية للعلاقات الاجتماعية ، وبعيدة عن مصادر التأييد الاجتماعى . وبالتالى فهم معرضون أكثر للدعاية المباشرة وتأثير النخبة الحاكمة والجماعة المسيطرة على اجهزة الاعلام(١) ، التى تعد رسائلها هنا منبها مباشرا ومؤثرا يحدث استجابة فورية لدى الأفراد .

وقد شهدت المرحلة الثانية ، التى امتدت منذ عام ١٩٤٠ ، وحتى بداية الستينيات نشاطا مكثفا فى مجال بحوث التأثير ، حيث ظهرت بعض النماذج التى جاءت انعكاسا للرغبة المتزايدة لتطور وترابط دراسات الاتصال . فقد تغير خلال هذه المرحلة النموذج المبسط الذى ساد المرحلة الاولى ، المرسل ، والقناة ، والرسالة ، والمتلقى . واخذت التغييرات فى اعتبارها أوجها مهمة عديدة فى الاتصال الانسانى فقد برزت الحاجة الى ادخال عنصر رد الفعل (Feed back) كعنصر أساسى فى العملية ، والنظر الى عملية الاتصال بوصفها عملية دائرية ومتكررة وليست خطية أو مستقيمة كما هو الحال فى نموذج المرحلة الاولى(٢) وارتبط التطور الرئيسى الثانى خلال هذه المرحلة ، بتأكيد فكرة أن المتلقين ليسوا سلبيين وانما يقومون عادة بعمليات ادراك ، وتفسير وتذكر انتقائية للرسائل الاعلامية ، بينما كانت النماذج فى المرحلة الاولى تقصر عدم كفاءة الاتصال على الضوضاء أو التشويش (Noise) . ونجاح الاتصال فى نوايا القائم بالاتصال . نجد أن التفكير فى هذه المرحلة اخذ يتجه الى خصائص المتلقين والمعرفة المسبقة بهذه الخصائص ، والسياق الاجتماعى الذى يحدث فيه الاتصال كعوامل حاسمة فى نجاح عملية الاتصال .

وتمثل التطور الرئيسى الثالث فى هذه المرحلة فى الاهتمام بفصل نماذج الاتصال الجماهيرى عن نماذج الاتصال التقليدية ، ووضع سمات خاصة ومميزة لعملية الاتصال الجماهيرى . فقد تبنى « شرام » فى نموذجه الاكثر ذيوعا ، الطبيعة الجمعية للمرسل ، والعضوية الاجتماعية للمتلقى ، ووجه رلاى ورلاى (Rily & Riley) أهمية خاصة للوضع الاجتماعى الرسمى وغير الرسمى الذى يؤثر على كل من المرسل والمتلقى والعلاقة بينهما ووضع « مالتزكى » (Maletzyke) نموذجا معقدا ضمنه هذه الافكار وغيرها . وخصوصا تلك الافكار المتعلقة بالتباين بين مختلف الاجهزة ، ونوع

---

(١) Blumler & Gurrivitch, The political of Mass Communication Op. Cit., P. 242.

(٢) McQuail & Windahl, **Communication Models,** Longman, London, 1981, P. 5.

المضمون ، ومدى فهم كل من الجمهور والقائمين بالاتصال لبعضهم البعض .. الخ . وعمل وستلى وماكلين (Westley & Maclean) على تأكيد الدور الذى تلعبه مؤسسات الاتصال الجماهيرى فى التوسط والتحكم كقنوات بين مصادر المعلومات فى المجتمع والجمهور العام . وساهم نموذجهما ايضا فى سد الفجوة بين النماذج الأولى بتأكيدهما على الاتصال الهادف ، وتدفق الاتصال الجماهيرى الذى يبدو غيرها هادف بمعنى أن استمراريته غير موجهة الى متلقين معروفين ومحددين . حيث نجد أن القائم بالاتصال فى نموذجهما يعمل بوصفه وكيلا أو ممثلا Anagent للمتلقى ، ومفسرا لاحتياجاته واهتماماته. وطبقا لهذا التصور ، فان رغبة الجمهور تصبح بديلا حرفيا لهدف القائم بالاتصال(١) .

وقد كانت محصلة هذه التطورات ، أن اتسم الطابع العام لبحوث ودراسات التأثير فى هذه المرحلة — وعلى خلاف المرحلة الاولى — بالتقليل من كفاءة وفاعلية أجهزة الاعلام بصفة عامة . واصبح ينظر الى هذه الاجهزة على أنها تعمل من خلال وسائط تسهل أو تعوق من تأثيرها . وقد عبر عن ذلك بيرلسون Berelson فى معادلة شهيرة مفادها :

ان نوعا ما من الاتصال + نوعا ما من الموضوعات تضاف الى الانتباه الخاص لجمهور ما . تحت بعض أنواع الشروط . يمكن أن يجعلنا نحصل على قدر معين من التأثير(٢) .

ولقد أوضحت تفسيرات (بيرلسون) لهذه المقولة ، انها مجرد موجه اجرائى لترشيد خطوات البحث ، حيث أوضح أهمية التمييز بين اجهزة الاعلام وما يوجد بينها من اختلاف فى الخصائص والقدرات ، وبين مختلف أنواع المضمون الذى تثيره هذه الاجهزة . وان التأثيرات سوف تختلف بالضرورة ، وفقا للاتجاهات السائدة بين الجمهور حول الموضوعات المثارة وكذلك وفقا للاختلافات النوعية بين الأفراد ، حيث أن هناك بعض الأفراد اكثر قابلية للاقتناع من الآخرين .

كذلك فقد حدد « كلابر » خمسة عناصر وسيطة تحد من عملية التأثير المباشر لأجهزة الاعلام : وهى العمليات الانتقائية ، ومعايير الجماعة ،

---

(١) راجع عرضا مفصلا لهذا التصور فى :
McQuail & Windahl, Communication Models, ibid PP. 23 — 34.
(٢)
McQuail, **D., Towards A Sociology of Mass Communication** London, Collier Macmillan, 1980, P. 45.

والاتصـــال الشخصى ، وقادة الرأى ، وطبيعة اجهزة الاعلام فى المجتمع الحر(١) وانتهى كلابر من تحليلاته لهذه العنـــاصر الى ان مضمون اجهزة الاعـــلام ، وفقـــا لطبيعة هذه العناصر ، يســـاهم فى تدعيم او تغيير او تعديل الاتجاهات الهامشية او الرئيسية ، كما يمكن أن يحدث تأثيرا على المدى الطويل او القصير وعلى مختلف قطاعات الجمهور(٢) .

واذا مضينا فى استعراض دراســـات كل من (بيرلسون) (Berelson) ١٩٤٨ ، و« هوفلاند » (Hovland) ١٩٥٣ و ١٩٥٤ ، و « كلابر » (Klapper) ١٩٦٠ ، و « كوكس (Cox) ١٩٦١ الى غـــيرها من الدراســـات التى عنيت بدراسة الآثار الاجتمـــاعية لاجهزة الاعلام والوقوف على قدراتها التأثيرية فى هذه المرحلة . فاننا لا نخرج من هذه الدراسات باجابات واضحة حول قـــوة اجهزة الاعـــلام ، وعلى العكس افضت هذه الدراســـات الى اقتنـــاع مؤداه ان التغييرات الجوهرية فى الاتجاهات والآراء نتيجة لمـــا تقدمه أجهزة الاعلام هى تغيرات من المحتمل أن تكون طفيفـــة للغاية ، وان اجهزة الاعلام الجماهيرى لا تعمل عادة كعنصر كاف وهام للتأثير على الجمهـــور ، وانمـــا تؤدى هـــذه الآجهزة وظيفتها من خلال مؤثرات وسيطة ومتداخلة على النحو الذى اشـــار اليه « كلابر » من قبـــل .

واذا كانت مثل هذه الدراســـات ، قد اتسمت بالواقعية ، وبالحبكـــة المنهجيـــة ، ولفتت الانتباه الى تعقد عمليـــة الاتصال الجماهيرى ، وعرفنا خلالها الكثير عن العناصر الوسيطة والشروط التى يمكن فى اطارها ان يحدث قدر ما من التأثير . الا أن ما يؤخذ على هذه الدراسات أنها لم تميز بين أنواع ومستويات التأثيراتالمختلفة التى تســـعى الى بحثها ، واستهدفت التركيز على التأثيرات قصيرة الاجل (Short-term effects) واهمـــالها الواضـــح لعمليات التأثير التراكمية والمتنـــامية التى تتركها أجهزة الاعـــلام على المدى الطويل (Long term effects) فقد اهتم معظم هذه الدراسات بقضـــايا وموضوعات آنية (سياسية واعلانية فى الاساس) لها ظروف خاصة وارتبطت تساؤلاتها بأهداف وأغراض الذين قاموا بالاشراف عليها وتمويلها . كما افتقدت اجاباتها التحديد النظرى(٣) . وهكذا فان دراسات التـــأثير السريع وقصـــير الاجل قد سادت على حساب دراسات التأثيرات التراكمية وطويلة الاجل .

---

(١) Klapper, J., **The Effects of Mass Communication,** New York, Free Press, 1960, P. 19.

(٢) Klapper, J., **Ibid,** P. 258.

(٣) Defleur, **Theories of Mass Communication,** New York, David Mc Kay, 1975, P. 116.

وفى المرحلة الثالثة ، وخـــلال حقبة الســبعينات ، فان التســاؤل عن تأثيرات اجهزة الاعلام ، قد طرح من جديد ، واتسـم الطــابع العــام لبحوث التأثير فى هذه المرحلة بالرؤية النقدية للنماذج والاساليب المنهجية المســتخدمة فى المرحلة الســابقة ، وبالاعتدال فى تفسير قوة اجهزة الاعلام اى عدم المبالغة أو التهوين من شأن هذه الاجهزة . وبدأ البحث فى جوانب معينة كانت مهملة من قبل ، فقــد تجاوز الســعى للوقوف على التأثير المباشر لأجهزة الاعــلام الى محــاولة الاجابة على التساؤلات الخاصة بالتفاعل المتبادل والمعقد بين الأفراد اثنــاء عملية الاتصال . حيث اتجه الاهتمام هنا الى التساؤلات الخاصة بدور المؤســســات الاعلامية والقائمين عليها ، ونوعية المضمون الاعلامى الذى تقدمه أجهزة الاعلام وما يحمله هــذا المضــمون من قيــم وافكــار وعادات مجتمعية ، وكذلك تأثير رغبــات الافراد واحتيــاجاتهم الاجتمــاعية المحــددة على سلوكهم وردود أفعالهم ، وتأثير العلاقات الشخصية على حجم انتشـــار الرسالة الاعلامية أو درجة قبول أو رفض المضمون الاعلامى(١) .

كذلك فقد تغير الاهتمام من التأثيرات المباشرة قصيرة الاجل الى التأثيرات غير المباشرة طويلة الأجل(٢) . ومن بين الافكار المحورية التى ظهرت فى هــذا المجال ســيادة التصور بأن أجهزة الاعــلام تمــارس معظم تأثيرها عن طريق تقديم المعرفة والاحكــام الاســاسية حول الموضوعات التى تقع خارج نطــاق الخبرة الشخصية المبــاشرة للفرد ، حيث يكتسب النــاس المــادة الخــام Row-material كما هى ، ومن خلالها تتشكل آراؤهم . فالناس تستقبل مثيرات من أجهزة الاعلام عمــا يجب أن تبدى رأيا فيه ، وعن الافكار السائدة حول القضــايا المختلفة فى المجتمع . ومن ثم فان تأثيرات اجهزة الاعلام عليهم ســوف تعتمد على طبيعــة المعرفة ومجمــوعة المعتقدات المقدمة ، ودرجة اتســاقها وتنوعها . وأخيرا ، درجة اعتمــاد الافراد أســاسا على هــذه الأجهزة كمصــدر للمعلومات .

وأيا كان الأمر ، فانه يمكن بلورة أهم التحولات الحديثة فى بحوث التأثير الاعلامى فيما يلى :

١ — التحول من التركيز على الاتجاهات والآراء فى دراسة تأثير اجهزة الاعلام الى التركيز على المعــارف . وهذا التحول يطرح تساؤلا مؤداه : هل

---

(١) لمزيد من التفاصــيل حول الاتجاهات الحديثة فى بحوث التأثير انظر :
McQuail, D., Towards a Sociology of Mass Communication, Op. Cit., PP. 58 - 78.

(٢) أنظر فى ذلك :
McQuail, D., & Windahl, S., Op. Cit., P. 60 — 74.

التغير فى المعارف هو فى الحقيقة شرط مسبق للتغير فى الاتجاه ؟ وعلى الرغم من عدم وجود شك فى الصلة القائمة بين الاتجاهات والمعارف الا أن العلاقات السببية بينهما ، ما زالت اكثر تعقيدا وغامضة الى حد كبير .

٢ — التحول من فهم التأثيرات من واقع التغيرات الحادثة التى فهمها بمعنى تشكيل او اعادة تشكيل المعارف والتصورات . ويبدو واضحا ان ذلك مرتبط بالتحول السابق ، ويتضح بصورة اكثر فى البحوث التى يطلق عليها « وظيفة وضع البرامج » التى تقوم بها اجهزة الاعلام . agenda-setting function of mass media وكذلك دور اجهزة الاعلام فى تشكيل تصورات الجمهور للواقع الاجتماعى .

٣ — كثرة نماذج الاتصال الجماهيرى ، التى طرحت محددات بديلة لطبيعة التأثيرات ، فالنماذج الخطية التى تحدد عناصر عملية الاتصال فى : المصدر ، القناة ، الرسالة ، المتلقى ، والتركيز على التغيرات فى الحالة العقلية للمتلقى التى أثارتها نماذج سابقة قد استكملت ، بمداخل اخرى تتضمن دراسات الرغبات والحاجات التى يتم التركيز فيها على اعضاء الجمهور ، ومدى تكيف مضمون أجهزة الاعلام طبقا لاحتياجاته واهتماماته .

٤ — الاقلاع عن التركيز المكثف لدراسة تأثير أجهزة الاعلام من خلال الحملات الانتخابية ، الى الاهتمام بدراسة مختلف مجالات تغطية اجهزة الاعلام بما فى ذلك الظروف غير الانتخابية أو العادية . حيث كان المنحى الأول يثير نقدين أساسيين ، أولهما انه يركز الاهتمام على التأثيرات قصيرة الأجل (فترة الحملة الانتخابية) ويهمل بالتالى التأثيرات التراكمية التى تتركها أجهزة الاعلام على معتقدات الأفراد وتصوراتهم للمواقف المختلفة . وثانيهما هو انه يعالج فقط تأثيرات الرسائل السياسية ، ويتجاهل مضامين فكرية إكثر اقناعا مثل الكوميديا ، المسلسلات ، والقصص ... الخ . وقد أصبح الاتجاه الجديد يركز على اجراء تحليلات متعمقة Cultivation analysis وشاملة لمضامين اجهزة الاعلام . ومحاولة الوقوف على نوعية الأفكار والتصورات التى يغلب اثارتها فى البرامج والموضوعات التى تثيرها هذه الأجهزة(١) .

٥ — الاهتمام بدراسة القائمين بالاتصال الجماهيرى ، والوقوف على أساليب العمل بالمؤسسات الاعلامية ، وظروف انتاج المواد الاعلامية داخل هذه المؤسسات ، وذلك انطلاقا من اقتناع مؤداه ، ان فهم ما يدور داخل المؤسسات الاعلامية ، والتعرف على أساليب العمل بها وعلى طبيعة الانتماءات الفكرية والاجتماعية للقائمين بالاتصال الجماهيرى ، وتحديد مجالات اهتمامتهم

---

(1) Blumber, J., and Gurrevitch, M., The Political Effects of Mass Communication, Op. Cit., 240.

ومواقفهم ازاء القضايا المختلفة سوف يسهم فى فهم قدرة أجهزة الاعلام فى مجال التأثير الاجتمـاعى(١) .

ومهمـا كانت طبيعة التحولات التى طرأت على توجهات أبحاث التأثير الحالية ، وما قد يستجد منها فى المستقبل وبالذات حول تأثير الاتصال الدولى ، وأنظمة تبادل المعلومات الحديثة ، وعلاقة أجهزة الاعلام الدوليـة بالثقافات القومية ... الخ ، فاننى أرى أن الجانب الهام الذ ى ينبغى أن يركز عليـه الاهتمام اولا فى مجال التأثير الاعلامى هو ذلك الجانب الذى يسعى الى الوقوف على الظروف التى يمكن فى اطارهاأن يحدث التأثير ، وتحديد العناصر الفاعلة فى هـذا التأثير . على أن يكون واضحا من البداية حجم ونوع التـأثير الذى يسعى الباحث الى دراسته حتى يمكن الوصول الى نتائج محددة وواضحة تحد من كثافة الغموض الذى يحيط بهذا النوع من الدراسـات . وعلى الرغم من ذلك ، فان استعراض التراث النظرى المتوافر حتى الآن يكشف لنا عن مجموعة من الانجازات الهامة فى هذا المجال :

أولا : هناك اتفاق بين الباحثين على أن التأثيرات التى تحدث من أجهزة الاعلام كثيرا ما يأخذ معظمها شكل تدعيم الاتجاهات والآراء السائدة . بمعنىأن مضمون أجهزة الاعلاميعمل على تدعيمالآراء السائدةلدىالجمهور اكثر مما يعمل تغيير هذه الآراء . وهى خلاصة تتفق مع الحقيقة القائلة بأن الناس تميل الى رواية وسماع المضامين المفضلة أو التى تتفق مع اهتماماتهم أو توقعاتهم . وأن الجمهور يستجيب لمضمون أجهزة الاعلام الذى ينسجم مع هذه التوقعات وعلى ضوء ذلك يتم رفض أو قبول أى مضمون .

ثانيا : هناك اتفاق على أن التأثيرات تتباين وفقا لأهمية أو مكانة القائم بالاتصال . أو كما يطلق عليهـا البعض المصدر الاكثر جدارة بالثقـة والهيبة والمعقولية . بالاضافة الى ما يتمتع به من قدرات فى تقديم الحجج والبراهين ، حيث يميل الجمهور الى سرعة الاستجابة لاستنتاجات هذا المصدر(٢) .

ثالثا : كلما زاد انتشار أجهزة الاعـلام وتغلغلها بين الجمهورتزايدت احتمالات تغيير الآراء فى الاتجاه المرغوب .

---

(١) للوقوف على عرض مفصل حول هـذا المنحى فى بحوث التأثير انظر :

Elliott, P., **Media organization and occupations : an over view, in** James Curran, and other (eds.) Mass Communication and Society, London, Edard Arnold 1982, PP. 142 — 168.

(٢) أنظر فى ذلك :

Berelson, B., Steiner, G., **Mass Communication** in Human Behaviour, An inventory of Scientific findings, New York, Harcourt, Brace & world Inc., 1964, P. 537.

رابعا : معرفة الجمهور بالقضـــايا والموضوعات ، تؤثر على احتمالات التأثير ، حيث ان أجهزة الاعـــلام يمكن أن تؤثر فى خلق تغيير حول الموضوعات غير المألوفة أو الخارجة عن دائرة حياة الفرد اليومية . وبعبـــارة أخرى تلك الموضوعات غير الملحة ، بالنسبة للأفراد ، او التى لا ترتبط مباشرة بميولهم ، وذلك اذا ما تعرض لها الفرد .

خامسا : ان انتقـــاء وتفسير الجمهور للمضمون الاعـــلامى يتأثر بالآراء والاهتمامات السائدة وبمعايير الجماعة ايضا .

سادسا : ان بناء العلاقات الشخصية الســـائدة بين الجمهور ، يلعب دورا وسيطا فى إنتقال المضمون الاعلامى ، وان طبيعة هذه العـــلاقات تحدد او تقرر ما قد يحدث من تأثير (افترض تدفق المعلومات على مراحل) .

ثانيــا : المداخل النظرية فى بحوث التأثير :

وعلى ضوء ما تقدم ، يمكن تصنيف بحوث التأثير ونماذجه الأســاســية فى مدخلين اساسيين ، المدخل الأول : — هو **المدخل التقليدى**(*) . الذى ساد خلال المرحلة الأولى والثانيـــة من تطور بحوث التأثير . وينطلق من التساؤل الأساسى ، ماذا تفعل أجهزة الاعلام بالناس ؟ أما المدخل الثانى : فهو **المدخل الوظيفى** ، الذى يركز على السؤال المقابل ، ماذا يفعل الناس بأجهزة الاعلام . وسوف نسعى هنا إلى التعرض لهذين المدخلين المختلفين ، محاولين ابراز أهم الأفكار السائدة فى كل منهما وما تشتمل عليه من أوجه قوة او ضعف وبيـــان مدى ملاءمتهما لدراسة تأثير اجهزة الاتصال فى المجتمع أو مدى الاستفادة منهما فى الدراســـة الراهنة .

(أ) المدخـــل التقليـــدى :

يتجه هذا المدخل فى بحث موضوع تأثير اجهزة الاعلام للاهتمـــام بحركة الرســـالة بين المرسل والمتلقى ، واستجابة المتلقى لهذه الرسالة باعتبـــارها أحد المثيرات ، كمـــا يركز ايضـــا على الجهـــود التى يبذلها المرســـل لتتبع محتوى الرسالة ومصيرها لدى المتلقى وتعد دراسات « شـــــانون وويفر ، ولاسويل ، ولازرزفيلد » السابق عرضها فى موضـــع سابق من هذا العمل

(*) لا ينبغى أن تفهم التقليدية هنـــا باكثر من انه الشىء المـــألوف أو أو المعروف والذى اعتـــاد عليه غالبية الباحثين فى دراستهم لهـــذا الموضوع .

خير مثال على هذا المنحى(*) فقد اهتم « شانون وويفر » بدراسة عملية التأثير بالتركيز على ثلاثة جوانب اساسية : الجانب الاول يتعلق بفهم المشكلات الفنية ، أو بكيفية نقل الرموز والمعانى بطريقة صحيحة وسليمة ، ويهتم الجانب الثانى بأسلوب نقل الرسالة للمعانى والرموز المرغوبة اما الجانب الثالث فيهتم بحجم تأثير الرسالة على سلوك المتلقى فى الإتجاه المطلوب(١) .

كذلك فقد سعى « لاسويل » الى فهم عملية تأثير اجهزة الاعلام من خلال نموذجه **من ، يقول ماذا ، وباى وسيلة ولمن وباى تأثير** ، وهو النموذج الذى انطلقت منه غالبية بحوث الاتصال الجماهيرى ، فقد نظر «لاسويل» الى الاتصال على انه عملية خطية Liner يتم خلالها نقل رسائل من المرسل الى المتلقى وفهم التأثير Effects على انه التغيير الذى يمكن ملاحظته وقياسه لدى المتلقى وتسببه العناصر المتداخلة فى العملية . فأى تغيير فى صياغة الرسالة ، أو الوسيلة مثلا يمكن ان يحدث تغييرا لدى المتلقى(٢) .

وقد جرى تطوير مثل هذه التصورات على يد « كاتز ولازرزفيلد » فى نموذجهما انتقال المعلومات على مرحلتين ، فبينما كانت رسائل اجهزة الاعلام وفقا لأفكار شانون وويفر ولاسويل وغيرهم تصل الى الافراد وتحدث تأثيرها بصورة مباشرة ، نجد أن كاتز ولازرزفيلد قد أشارا الى انتقال هذه الرسائل من اجهزة الاعلام الى قادة الرأى فى المجتمع ، ثم من خلال هؤلاء الى الجماهير التابعة وذلك من خلال عمليات الاتصال الشخصى(٣) .

وهكذا لفت (كاتز ولازرزفيلد) الانتباه الى أن افراد الجمهور ليسوا منعزلين اجتماعيا ، وأن استجابة ورد فعل الجمهور تجاه رسائل اجهزة الاعلام سوف لا تكون مباشرة وفورية ، ولكن تتوسط وتتأثر بطبيعة العلاقات الاجتماعية السائدة بين الافراد ، كما أن الافراد ليسوا متساوين تماما امام الحملات الاعلامية . ولكن يقومون بأدوار مختلفة فى عملية الاتصال .

(*) راجع الفصل الثانى من هذا العمل .

(١) انظر فى ذلك :-

Fiske, J., introduction to Communication studies, London, Netuen, 1982, P. 7.

(٢) Ibid P. 32.

(٣) Katz and Lazarsfeld, Personal influence, Glencoe Free Press, 1955.P. 21.

وباختصار ، فقــد لفت « كاتز ولازرزفيلد » انتباه البــاحثين الى أن هــذه الأجهزة لا تعمل فى فراغ اجتمــاعى (Social Vacuum) ، ولكنها تعمل داخل شبكة معقدة جدا من العلاقات الاجتماعية ، وأن هذه العلاقات تحدد مصــير الرســائل الاعلامية ومدى تأثيرها .

ومع كثرة النماذج التى ظهرت بعد ذلك ، وأبرزت دور العوامل الاجتماعية والنفسية ، والثقافية فى تســهيل أو اعاقة تأثير رسائل أجهزة الاعلام على الأفراد(١) . الا أن غالبيــة هذه النمــاذج ظلت تفهم التــأثيرات على انهــا تلك التأثيرات السريعة والمؤقتة (قصيرة الأجل) التى يقصدها المصدر ، وتتصل بالتغييرات فى المعارف والاتجاهات والسلوك لدى الافراد . كمــا أنها لا تتم نســبيا من خلال وسائط بمعنى أنها مباشرة . وبصورة عامة ، تلك التأثيرات المرتبطة بفكرة الحمــلة Campaign . وهى الجهــد الواعى والمقصــود لاستخدام أجهزة الاعلام لأغراض اعلامية ودعائية لتحقيق أهداف محددة .

وقد قام « ديفلير » (Defleur) عام ١٩٦٦ بادخال تطوير جــديد على هذه الأفكار بحديثة على نظرية المعايير الثقافية (Cultural norms theory) لتأثير أجهزة الاعلام(٢) . ووفقــا لهذه النظرية فان أجهزة الاعــلام لا تؤثر فقط وبصــورة مباشرة على الأفراد ، ولكن تؤثر أيضــا على الثقافة وحجم المعرفة والمعــايير وقيم المجتمع . انها تقدم مجموعة التصورات والأفكار والأحكــام التى من خلالهــا يستخرج الافراد تصرفاتهم وعلى سبيل المثال ، ففى مجال السلوك الجنسى ، فان اجهزة الاعلام تقدم بصورة تراكمية وغير مقصودة — عادة — رؤية لمــا هو طبيعى وما يحظى أو لا يحظى بالقبــول العــام هــذه الرؤية قد يدمجها الأفراد فيمــا بعد داخل تصوراتهم الخاصة لمــا هو طبيعى أو صــحيح فى هــذا النوع من السلوك .

وانطلاقا من ذلك ، اخذ الاهتمــام يتزايد بالتســاؤلات المرتبطة بطريقة استقبال الرســائل الاعلاميــة ، أكثر من التســاؤلات المرتبطــة بالقــائم بالاتصــال الذى لديه اهتمام بتحقيق أو تلافى نتائج معينة . كذلك تزايد الاهتمام بالتأثيرات طويلة الأمد (Longterm) وغير المقصــودة (Unplanned) وغــير

---

(١) راجع على سبيل المثال نماذج : شرام ، ورلاى ورلاى ، ونالتزكى وروجرز وشوميكر فى :

McQuail, D., Windahl, S., Communication Models, Op. Cit., PP. 31 — 53.

(٢) أنظر فى ذلك

Defleur, M., Theories of Mass Communication, New York, David McKay, 1975, P. 10.

المباشرة (indirect) والجمعية (Collective) اكثر منها فردية من حيث نطاقها ، كما توجه هذا الاهتمام لدراسة تأثير مجموعة من الرسائل أو النسق الكامل للرسائل التى لها سمات متشابهة ، بدلا من الاهتمام بالرسائل المنفصلة كالاهتمام بموضوعات التعليم غير الرسمى ، ونقل وتدعيم القيم الاجتماعية الاساسية ، ونقل أجهزة الاعلام للايديولوجية السائدة ، وتهيئة المناخ لتكوين الآراء ، وتوزيع المعرفة فى المجتمع ... الخ .

وفى سياق هذه الاهتمامات الجديدة ، ظهرت بعض الافكار حول تأثير اجهزة الاعلام ، ارى من المفيد مناقشتها هنا ، فقد ظهر افتراض « وضع البرنامج (Agenda-Setting Hypothesis) وخلاصة هذا الافتراض : ان أجهزة الاعلام عن طريق تركيزها على بعض الموضوعات والقضايا واهمال البعض الآخر ، سوف تمارس تأثيرا على الراى العام . فالموضوعات التى تحظى باهتمام أجهزة الاعلام تصبح مألوفة بصورة أكبر ، ويدرك الناس أهميتها خلال فترة من الزمن ، وان الموضوعات التى تحصل على اهتمام اقل سوف تنخفض اهميتها بصورة مماثلة . ومن الممكن اختبار مثل هذه الافتراضات عمليا عن طريق مقارنة نتائج التحليلات الكمية لمضون اجهزة الاعلام ، مع التغيرات فى الرأى العام التى يتم رصدها بواسطة المسوح على فترتين أو أكثر من الزمن(١) .

ويعد الباحثان الأمريكيان « ماكمبس ودونلدشو (Mccombs & D. Show) افضل من كتب فى افتراض « وضع البرنامج » فقد أوضحا(٢) :

« ان الجمهور لا يعرف فقط عن القضايا العامة والموضوعات الاخرى من خلال أجهزة الاعلام ، وانما يعرف أيضا الاهمية الحقيقية لكل قضية وموضوع من خلال حجم تركيز اجهزة الاعلام على كل منهما ، على سبيل المثال فى التعبير عما يقوله المرشحون خلال الحملة الانتخابية ، فان اجهزة الاعلام تحدد بوضوح الموضوعات المهمة . بمعنى آخر ، فان هذه الأجهزة تضع جدول اعمال أو برنامج الحملة (agenda) ، وهذه القدرة على التأثير

---

(١) لمزيد من التفاصيل حول افتراض وضع البرنامج لأجهزة الاعلام انظر :

McCombs M., & Show, D., **The agenda Setting function of Mass Madia,** Public opinion Quarterly, 1972, 36 ; PP. 87 — 1716.

(٢)

McCombs M., and Show, D., **Structuring the unseen environment,** Journal of communication, spring, 1976, PP. 18 — 22.

فى تغيير المعارف بين الافراد ، تعــد واحدة من اكثر الجوانب أهميــة فى قوة اجهزة الاعلام » .

وقد أخذ « ماكمبس وشو » من قضية « ووترجيت » الامريكية الشهيرة منطلقا لتوضيح وشرح افتراض «وضع البرنامج». ففى الواقع لم يكن هناك شيء جديد فى الكشف عن الفســاد السياسى فى المجتمع الامريكى ، ولكن التنــاول المكثف للصحف ، ونقل جلسات الاستماع التى دارت حول الموضوع فى مجلس الشيوخ عبر شــاشات التليفزيون ، جعل من هذه القضــية موضوع العــام (topic of the year).

وتثير مثل هــذه الافتراضــات — على وجاهتهــا — بعض الشــكوك والصعوبات . فعلى الرغم من ان اصحاب هــذه النظرية . قد نشروا بعض النتائج المؤيدة لآرائهم ، الا أن بعض الباحثين ، قد حذروا من القبول الأعمى لهذه الأفكار ، على أنه دليــل على التاثير الواسع والتــام لأجهزة الاعــلام(١) فهنــاك غموض حول فكرة الاهتمام التى يمكن أن تعزى الى اجهزة الاعلام ، فهل الاهتمــام ينبع من قبل القــائمين على هذه الاجهزة على اختلاف مواقفهم أم تلبية لاحتيــاجات الجمهور ، أم عن طريق الصــفوة واصحاب النفــوذ ، فى المجتمــع الذين يعملون كمصــدر لأجهزة الاعلام ، ويمارســون تاثيرا عليها . كذلك يمكن القول ، انه مهمــا كانت درجة تركيز أجهزة الاعلام على موضوعات معينة ، فان الأمر ســوف يتوقف فى النهاية على مدى اهمية هــذه الموضوعات وقربها وجديتها وقدرتها على اثارة الخلاف والجدل بين قطاعات الجمهور المختلفة . وفضــلا عن ذلك ، فهنــاك أنواع عديدة من الموضوعات التى تثيرها اجهزة الاعلام ، يحاول بعضها التاثير على الافراد ، ويحاول البعض الآخر التاثير على الصــفوة . واخيرا ، ليس واضحا ما اذا كان يمكن للباحث أن يكشف عن التاثيرات المباشرة لاجهزة الاعلام من خلال التصرفات الشخصية لأعضــاء الجمهور أو توقع ان يعمل افتراض وضع البرنامج من خلال تاثير تفاعل العلاقات الشخصية ، ويؤدى ذلك عمليــا الى اختلافات كثيرة فى البحث وفى المدى الذى يمكن أن نعتمد على تحليل المضمون لتقــديم دليــل فى حــد ذاته ، لتاثيرات محتمــلة وفقــا لافتراض « وضــع البرنامج » ، ويزداد الأمر صعوبة عند اختبار هذا الافتراض فى المجتمعات التى تتشابه فيها مضــامين أجهزة الاعلام المختلفــة ، حيث لا تتوافر فى هذه المضــامين خاصية الاختلاف التى تتيح امكانيــة القيــاس والمقــارنة التى يقوم عليهــا هــذا اللون من البحوث .

---

(1) Mc cleod and other, **Another Look at the agenda satting function of the Press**, Communication research, 1974, 1, 2, PP. 66-131.

على أن ابرز الافكار التى ظهرت فى مجال بحث التاثيرات طويلة الامد ، هى فكرة « فجوة المعلومات (information gap) التى تحدثها أجهزة الاعلام فى المجتمع ، فقد أشـــار العـــديد من البـــاحثين مؤخرا الى ان التدفق المتزايد للمعلومات ، غالبا ما يكون له تاثير سلبى ، نتيجة لتزايد المعرفة داخل جماعة أو فئـــة معينة الى حد يفوق ما يحدث لدى جماعة اخرى . وان فجوة المعلومات سوف تحدث وتتزايد بين جماعة اجتماعية واخرى فى المعرفة بموضوع معين ، باستمرار تدفق المعلومات حول هـــذا الموضوع من جانب أجهزة الاعلام(١) .

ويقوم هـــذا الافتراض على تصـــور مـــؤداه : أن الافراد فى النســـق الاجتمـــاعى غير متساوين أمام المعلومات التى تبثها أجهزة الاعلام ، فالافراد الاكثر تعليمـــا ، وترتفع مستوياتهم الاقتصـــادية والاجتماعية ، سوف يكونون بلا شـــك ، قادرين على تشرب واستيعاب المعلومات بطريقة أفضل من الأفراد الأقل تعليمـــا ، وتنخفض مستوياتهم الاقتصادية والاجتماعية ، وبالتالى ، فان تزايد تدفق المعلومات ، يؤدى الى توســـيع هذه المعرفة بدلا من تضييقها .

وقد أوضح « روجرز »(Rogers) أن آثار تدفق المعلومات لا تتحدد فقط فى ازدياد فجوة المعرفة بين الجمـــاعات الاجتمـــاعية المختلفة ، ولكن ايضـــا فى الفجوات المتعلقة بالاتجاهات والسلوك . وعلى ذلك ، فقد قام « روجرز » بتغيير المفهوم الى فجوة تأثيرات الاتصال (The Communication effects gap) بدلا من فجوة المعرفة ، ومع ذلك ، فقـــد نبه « روجرز » الى أنه لا الاتصـــال الجماهيرى ، ولا المستويات المختلفة للتعليم هى السبب الوحيد لفجوة تأثيرات الاتصال ، ولكن تساهم عوامل أخرى عديدة فى خلق مثل تلك الفجوات(٢) .

وليس المهم هنا مناقشة مثل هذه العوامل(٣) . ولكن المهم مناقشـــة

---

(١) انظر فى ذلك :

Donohue, G.. A., Tichenoer, P.J., and olien, G., N., Mass Media and Knowledge gap, Communication Research, 1975, 2, PP. 3-22.

(٢) انظر فى ذلك :

Rogers, E., M., Communication and development : the Passing of the dominant parading, Communication research, 1976, 3, PP. 40 — 213.

(٣) للوقوف على تفاصـــيل هذه العوامل انظر :

فرج الكامل ، **تاثير وسائل الاتصـــال** ، القـــاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٨٨ ، ص ١٦٢ وما بعدها .

ما يثيره الافتراض اساسا من مفاهيم بالغة الاهمية فى دراسة تأثير اجهزة الاعلام ولعل ابرز هذه المفاهيم واكثرها اهمية هو مفهوم امكانية الاتصال (Communication Potential) التى يتمتع اولا يتمتع بها مختلف اعضاء الجمهور . فهناك بعض الافراد تتوافر لديهم امكانية الاتصال بمعنى القدرة على اعطاء واخذ المعلومات (to give and take information) وبالتالى تتزايد قدرتهم فى عملية الاتصال ، وأيضا على تأثرهم بمضامين أجهزة الاعلام . وقد أشار « ماكويل ووندل » الى أن امكانية الاتصال تعتمد على ثلاث سمات رئيسية هى[1] :

١ — سمات شخصية ،فالانسان له قدرات فطرية خاصة مثل الابصار والقدرات المكتسبة مثل التحدث بلغات مختلفة ، واستخدام الآلات الحديثة ... الخ .

٢ — سمات تعتمد على المركز الاجتماعى للفرد الذى يتحدد عن طريق عدد من المتغيرات مثل الدخل ، التعليم ، العمر ، النوع .

٣ — سمات البناء الاجتماعى ، الذى يوجد فيه الفرد ، وتأثير الجماعة الأولية للفرد مثل الأسرة ، جماعة العمل ، جماعة الاصدقاء والنادى والدراسة والحزب ... الخ .

وبالاضافة الى مفهوم امكانية الاتصال ، يثير افتراض فجوة المعلومات او المعرفة تساؤلات ايضا حول حجم هذه الفجوة التى يمكن ان تحدثها اجهزة الاعلام فى المجتمع . وكذلك حول مصير وجودها فى المجتمع . فمن الواضح ان اجهزة الاعلام تثير العديد من الموضوعات . وبالتالى هناك احتمال ان يوجد أكثر من فجوة . وان هذه الفجوات قد تبدو غير متجانسة او متشابهة حيث ان فجوة المعلومات المتعلقة بالموضوعات السياسية مثلا أوسع من تلك المتعلقة بتزايد تكلفة المواد الغذائية خلال السنوات الاخيرة . كما أن الفجوات المختلفة قد توجد لدى الأفراد بطرق مختلفة ايضا .

ووفقا لافتراض فجوة المعلومات ، فان الفجوات تميل فى البداية للزيادة والاتساع بمرور الوقت ، ولكن بعد فترة معينة ، هناك احتمال لغلق هذه الفجوة ، حيث تتمكن الفئة الاقل تميزا من اللحاق بالفئة الاخرى ، وتتساوى معها فى المعرفة بالموضوع ، ويطلق الباحثون على هذه الحالة الأخيرة « منتهى التأثير » (Ceiling effect) [2] . فالأفراد المتميزون والذين تتوافر لديهم قدرات

---

(١) انظر فى ذلك : McQuail, D., and Windahl, S., Communication Models, Op. Cit., P. 70.

(٢) انظر فى ذلك : Donohue and other, Mass Media and Knowledge gap, op. Cit., P. 15.

اتصـــالية عالية ، يصلون بعد فترة الى حد التشبع ، ولا يصـــبح لديهم دافع للبحث عن المزيد من المعلومات حول الموضوع ، فى حين يستمر تدفق المعلومات وانتقاله بأشـــكال مختلفة الى الفئات الاقل تميزا أو تنخفض قدراتهم الاتصالية حتى تصـــبح فى النهـــاية على دراية كاملة بالموضوع مثل الجماعة الاخرى .

على أن بعض الباحثين يتحدثون عن احتمـــال فشل غلق عـــدد من هذه الفجوات ، خصوصا حول الموضوعات التى تواصل أجهزة الاعلام الاهتمام بها ، أو تلك الموضوعات التى لا تستمر هـــذه الاجهزة طويلا فى مناقشتها . وهو الامر الذى ينعكس فى اســـتمرار بقـــاء الفجوات بين الفئـــات الاعلى والاقل تعلمـــا حول هـــذه الموضوعات . كذلك فان شـــكل الرســـائل الاعلاميـــة ومستواها اللغوى ، وتوقيت اذاعتها ، ومكان نشرها ودرجة ابرازها تعد عوامل مهمة فى استمرار بقـــاء أو عدم بقـــاء فجوات المعلومات(١) .

وأيا كان الامر ، فقد توصل « دونيو » وزملاؤه الى بعض الافتراضات التى أراها معقولة الى حد كبير فى هذا المجال وهى(٢) :

١ — كلمـــا ادت قضية الى اثارة الاهتمام العـــام بالنسبة للمجتمع ككل فان هنـــاك احتمـــال تزايد المعرفة حول هـــذه القضـــية حتى تصـــبح اكثر انتشـــارا بين الافراد بصـــورة متســـاوية .

٢ — هـــذا التســـاوى من المحتمل ان يحدث بصـــورة اكبر عنـــدما تظهر القضـــية فى مناخ الصراع الاجتماعى .

٣ — هذا التســـاوى فى المعرفة من المحتمل اكثر ان يحدث فى الجمـــاعة الصغيرة المتجانسة عن الجمـــاعة الكبيرة غير المتجانسة او المتعددة (Pluralistic group).

ومع وجاهة هذه الافتراضات ، كمدخل لدراسة وفهم تأثير أجهزة الاعلام ، وما تمثله من رد على سطحية وسذاجة وجهة النظر التى تبالغ فى مقدرة أجهزة الاعلام على التغلغل والانتشـــارداخل قطاعات الجمهور المختلفة ، أو خلـــق جمهور على دراية كاملة وبصـــورة مشـــابهة بالموضوعات المختلفة التى تثيرها هذه الاجهزة وتوجيهها الانتباه الى اهمية التمييز بين قطاعات الجمهور ، وفقـــا لمبدأ امكانية الاتصال ، عند بحث موضوع التأثير . الا أن الافتراض نفســـه يشوبه بعض أوجه الضعف ، منها : عدم التمييز بين أجهزة الاعلام المختلفـــة

---

(١) فرج الكامل ، تأثير وسائل الاتصال ، مرجع ســـابق ، ص ١٦١ .
(٢) انظر فى ذلك :
Donohue and other, Mass Media and Knowledge gap, Op. Cit., P. 20.

فيما يتعلق بالقدرة على خلق او غلق الفجوات المختلفة . فهناك احتمالات مثلا حول تمتع التليفزيون بقدرة أكبر على غلق الفجوات مما لدى الصحف والمطبوعات ، فعدد القنوات ، والمضمون المقدم بالتليفزيون اكثر تحديدا وتجانسا ، بينما فى حالة الصحف ، فان كل صحيفة تتوجه الى جماهير مختلفة بمضمون أكثر تباينا وتشعبا .

كذلك ، فان الافتراض يقصر الاهتمام على كمية المعلومات ومدى المام الافراد بها ، مع تجاهل طبيعة هذه المعلومات ، ومدى فهم الافراد لمضمونها الفعلى . وفضلا عن ذلك ،فان العلم بالموضوعات المختلفة سوف يختلف وفقا لعوامل عديدة يتجاهلها الافتراض ، منها مدى سهولة أو تعقيد الموضوع ، والفائدة المنتظرة من ورائه (الفائدة الخاصة) وسهولة الاتصال بين الافراد (الاتصال الشخصى) وظروف التغير التى يشهدها المجتمع .

والخلاصة التى يخرج بها الباحث من عرضه للمدخل التقليدى فى بحوث التأثير ، ان هذا المدخل على ما يتضمنه من أفكار هامة ومفيدة ، وما طرأ عليه من تطورات وتوجهات جديدة ، ليس كافيا بمفرده لبحث وتفسير تأثير اجهزة الاعلام . حيث يحصر اهتمامه فى حركة الرسالة الاعلامية ، وأساليب انتقالها واستقبال المتلقى لها . ويهمل الطرف المقابل فى العملية وهو الجمهور — على اهميته — ومدى حاجة هذا الجمهور لهذه الرسائل ، ومدى ملاءمتها بخصائصه واهتماماته ورغباته ، وهو ما يتجه اليه المدخل الوظيفى فى بحوث التأثير الذى نعرض له حاليا .

(ب) المدخل الوظيفى :

ينطلق هذا المدخل من افتراض مؤداه : ان تصرفات الافراد فى المناحى المختلفة ، محكومة بما يتولد لديهم من احتياجات خاصة ، وبسعيهم الدائم لاشباع تلك الاحتياجات . وبالتالى ، يمكن مناقشة قضية التأثير من منطلق حاجة الافراد المفترضة من اجهزة الاعلام والاشباع المفترض الذى يمكن أن يحصلوا عليه من هذه الاجهزة(١) .

وقد اتجه الباحثون الى التركيز على اعضاء الجمهور كعنصر متغير فى عملية الاتصال لدراسة وتفسير عملية التأثير ، كرد فعل لفشل الكثير من

---

(١)
Rosengren, K., E., and Windahl. S., **Mass Media Consumption as a functional Alternative**, in McQual, D., (ed.,) Sociology of Mass Communication, Benguin Books, England, 1979, P. 172.

البحوث فى ايجاد دلائل محددة حول تأثير أجهزة الاعــــلام ، فقد دعا « كاتز » (Katz) الى الحاجة الى تقليل الاهتمــام بالتســاؤل الخــاص بماذا تفعل اجهزة الاعلام بالافراد ، والاهتمام بدلا من ذلك بمــا يفعله الأفراد مع هــذه الاجهزة . حيث تفترضوجهةالنظر هذه ، انه حتى مضمون اجهزة الاعلام الذى يتميز بكفــاءة عاليــة ، لا يمكن أن يؤثر تلقائيا على الافراد الذين لا يملكون أن يســتفيدوا منــه فى اطارالســياق الاجتمــاعى والنفسى الذى يعيشــون فيــه(١) .

فالمدخل الوظيفى ، أو ما يطلق عليه البعض مدخل الاستخدام والاشباع (use and gratification approach) ، يقدم أسلوبا جديدا للنظر فى العلاقــة بين مضمون اجهزة الاعلام والجمهور ، حيث يفترض ، أن قيم الناس واهتماماتهم ومصالحهم وأدوارهم الاجتماعية ، هى الاقــوى تأثيرا على سلوك الافراد ، وان النــاس بصورة انتقائية يكيفون ما يشاهدونه أو يسمعونه أو يقراونه على ضوء هذه الاهتمــامات ولقد أوضح « دفســـون » (Davison) أن العديد من نتــائج البحوث قد اظهرت انه يمكن فهم الاتصال بصورة افضل ، لو تم تفسيره على أســاس أنه رباط بين الفرد وبيئته . وافترض أن تأثير الاتصال يمكن أن يفهم على أســاس الدور الذى يلعبه فى تمكين النــاس من تحقيــق علاقات اشباع أفضل بين انفسهم والعالم من حولهم(٢) . وتكمن قوة هــذا المدخل فى انه يوجه الانتباه الى اهميــة التعرف على هدف الفرد من التعرض لاجهزة الاعلام ، كمــا أنه يقترح ادخال عنصر جديد متغير ، لم يكن يؤخذ من قبــل فى بحوث تأثير اجهزة الاعلام .

وتنقســم بحوث التأثير التى تنطلق من هذا المدخل — كمــا هو الحال فى المدخل التقليدى — الى بحوث قديمــة وحديثة . فقد قام « فابلز وآخرون » (Waples and other) عام ١٩٤٠ باجراء دراسة عن القراءة كعملية اجتماعية، وقد اثارت هذه الدراســة ســؤالين : الاول يدور حول : من هو القارىء ، وماذا يفعل ، وماذا يريد؟ . والسؤال الثانى ، ماذا وكيف يضيف المطبــوع لرغبــات القــارىء . وقد انتهت الدراســة الى ان دوافع القراءة تتضــمن

---

(١) كتب كاتز هذا الراى فى مقالة بعنوان بحوث الاتصــال الجمــاهيرى ودراســة الثقافة ، واشــار ماكويل الى هذه المقالة بالتفصيل فى كتابة :

Mc Quail, D., Towards a Sociology of Mass Communication, Op. Cit., P. 109.

(٢) أنظر فى ذلك :

Davison, W., P., On the Effect of Communication, Public opinion Quarterly, 1959, Vol. 24, PP. 60 — 343.

البحث عن المكانة والاسترخاء ، والرغبة فى الاندماج مع الجماعة والبحث عن الأمن والطمأنينة ، والاستمتاع بالمهارات الفنية . وان الحالة النفسية للقراء تمثل الحد الادنى المفهوم ، وربما الاكثر أهمية فى التأثير الاجتماعى للقراءة .

مثل هذه النتيجة اكدها « فيرنج » (Fearing) عام ١٩٤٧ فى دراسته عن الفيلم السينمائى ، فقد اوضح أن الفيلم السينمائى ، ليس اطارا ثابتا من المعانى والافكار التى تستقبل عن طريق عقل سلبى ، وانما ما يكونه الفرد يتحدد عن طريق خلفيته واحتياجاته . وانه يأخذ من الصورة ما هو مفيد له ، والذى من خلاله ينبغى ان يفهم تاثير السينما على الجماهير .

كما سعى « هيرزج »(Herzog) عام ١٩٤٤ ، الى الوقوف على تصورات النساء للتمثيليات المقدمة فى الراديو ، حيث لاحظت الدراسة أن النساء ابدين مجموعة من الرغبات التى تختلف عن ظروف حياتهم الخاصة ومشاكلهم . وقد اوضح « هيرزج » أن تعرض أفراد العينة لهذه التمثيليات قد أدى الى اثارة الحافز والانطلاق العاطفى لديهم ، ومحاولة ايجاد بديل يعوضهم عما يلاقونه فى حياتهم من صعوبات . وذلك عن طريق القاء المسئولية على شخصيات القصة . وقد لوحظ فى هذه الدراسة ، أن المسلسلات قدمت الشخصية فى صورة مثالية ، وأسلوب حياة متميز ، كما أنها احتوت على بعض الصيغ بغية التكيف مع المشاكل الحقيقية للمستمعين .

كذلك يمكن أن تعتبر دراسة « بيرلسون » عام ١٩٤٩ ، التى سعى من خلالها الى الوقوف على شعور الأفراد لافتقاد الصحيفة اليومية خلال فترة اضراب احدى صحف مدينة نيويورك ، نموذجا آخر من البحوث التى اتخذت من المدخل الوظيفى منطلقا لها(١) .

وخلال حقبتى الستينيات والسبعينيات ، ظهرت العديد من البحوث والدراسات فى اطار مدخل « الاستخدام والاشباع » سوف تشير الى بعضها وشيكا ، ولكن المهم هنا ان نؤكد على أن الافكار الاساسية التى انطلقت منها هذه الدراسات قد حظيت بقبول متزايد بين الباحثين . وقد لخص «كاتز» وزملاؤه هذه الافكار فيما يلى(٢) :

---

(١) اعتمدنا فى رصد هذه الأبحاث ، ولمزيد من التفاصيل حولها انظر :
McQuail., D., Towards A Sociology of Mass Communication, Op. Cit., PP. 71 — 65.

(٢) انظر فى ذلك :
Katz. E., Blumler, J., and Gurevitch, M., **Utilization of Mass Communication,** Beverly Hills, Sage Publication, 1974, P. 5.

« هنـــاك أسباب اجتمـــاعية ونفسية للحاجات المختلفة للافراد الذين تولد لديهم بالتالى توقعات من اجهزة الاعلام أو المصـــادر الاخرى ، وهو الامر الذى يؤدى الى انمـــاط مختلفـــة من التعرض لاجهزة الاعـــلام ، التى تؤدى بدورها الى اشباع هذه الحاجات والى نتائج أخرى غير مقصودة » .

وبالاضـــافة الى العنـــاصر الاســـاسية التى ضـــمنها« كاتز وزملاؤه » فان بحث الاستخدام والاشباع ، قد يتضمن أيضا الدوافع لاشباع الاحتياجات والبدائل الوظيفيـــة للوفاء بهذه الاحتيـــاجات . فالتعرض لمضـــمون معين من مضامين اجهزة الاعلام ، قد يكون بديلا وظيفيا — على سبيل المثال — لأشكال اخرى من النشاط الثقافى . وببساطة تبدو العملية كمـــا يلى(١) :

فرد معين له حاجة اســـاسية مثل الحاجة الى التفاعل الاجتماعى مثلا ، من خلال الخبرة يتوقع هـــذا الفرد أن التعرض لمضـــمون أجهزة الاعـــلام او استخدامه سوف يلبى له بعض جوانب هذه الحاجة ، وهذا يدفعه الى مشاهدة برامج معينة . او قراءة أنواع خاصة من مضمون الصحف والمجلات ... الخ . وعندما يتحقق له الاشباع ، يمكن القول بأن استخدام الفرد لأجهزة الاعـــلام يعمل كبديل وظيفى للتفاعل الحقيقى .

وقد قدمت هذه الافكـــار ، اطار عمل للعديد من الدراسات الحديثـــة . فقد استخدم « كاتز وجرفيتش » هذه الأفكـــار عـــام (١٩٧٧) كمدخل لوصف التشـــابه والاختـــلاف بين مختلف اجهزة الاعـــلام فيمـــا يتعلق بالوظائف والخصـــائص الاخرى التى تؤديها كل منهـــا .

كمـــا اعتمد « روسينجرن » (Rosengren) على هذا المدخل فى دراسته حول استخدام الافراد لمضـــمون أجهزة الاعلام ، وذلك للتمييز بين نوعين من مضمون اجهزة الاعلام : المضمون غير الاعـــلامى (Non informative) والمضمون الاعلامى (informative) . وقد أوضـــح « روســـينجرن »(٢) أن المضمون الاول ، يقدم للأفراد مكافأة فورية ، أما المضمون الثانى ، فانه يقدم مكافأة مؤجلة ، اى انها قد تعود بالفائدة على الفرد فى وقت لاحق ، وبصـــفة عامة ، فان الافلام والقصص البوليســـية ، والموسيقى الشـــعبية ، واخبـــار الحوادث والجرائم والغرائب تنتمى الى المضمون غير الاعلامى اى المضـــامين التى يغلب عليهـــا الطابع الخيـــالى ، بينما الأخبار والوثائق ، والمقـــابلات

---

(١) McQuail, D., and Windhal, S., Communication Models, Op. Cit., P. 76.

(٢) Basengren, K., E., and Windahl, S., Mass Media Consumption as a functional Alternative, Op. Cit., P. 177.

والبرامج حول الشئون العامة تعد مضـــامين واقعية ، اى مضامين اعلاميـــة بمعنى انها تقترب من الواقع ووفقا لآراء « روسينجرن » فان المضمون غـــير الاعلامى يعد مكملا أو بديلا وظيفيا (Suplement or substitute functional) يشـــبع للافراد الحـــاجة الى التعويض أو الهروب أو الى الخبرات البديلة . أما المضمون الاعلامى ، فانه يستخدم كبديل وظيفى يلبى للافراد الحاجة الى المعلومات والمعرفة .

وقد توصلت دراسة « هازرد » (Hazard) الى أن القلق العـــالى يقود الى الاقبال على مشـــاهدة برامج التليفزيون الخيالية ، وبالذات بالنسبة للافراد ذوى المستوى الاجتمـــاعى والثقافى المنخفض . كمـــا أوضح « براون » (Brown) فى دراسته عام ١٩٧٦ عن استخدام الطفل للتليفزيون ، أهميـــة تلك الوسيلة من حي ثوظائفها المتعددة أو اعطـــاؤها اشـــباعا متنوعا لمعظم الأطفـــال ، مثل اتاحتها الفرصـــة لمعرفة كيف يعيش الآخرين ، وتقديمها شيئا للحديث عنه مع الأصدقاء(١) .

واذا كانت مثل هذه الدراسات ، تعد حـــالات منفردة ، ومتعلقة بأنواع خاصـــة من مواد أجهزة الاعلام ، وأجريت على مجتمعات معينـــة ، ومن ثم يصعب الاعتماد عليها فى تقديم حكم عام لقدرة أجهزة الاعلام على التـــأثير الاجتماعى ، الا أن هذه الدراسات ، قد أفادت فى التوصـــل الى اتفاق بين الباحثين على تصنيف رغبات الجمهور من أجهزة الاعلام ، حيث لوحظ فى عدد غير قليـــل من هذه الدراسات أن هذه الرغبات تتحدد فى(٢) .

١ ـــ الحصول على المعلومات والاخبار عن البيئة المحلية والمجتمع الاكبر

٢ ـــ المســـــاعدة فى التخلص من القلق والوحـــدة والتوتر والمتـــاعب الشخصية . ويتم ذلك عادة من خلال الانخراط فى عالم خيـــــالى وعن طريق ميكانزمات التوحد مع البطل أو البطلة فى القصة أو المسلسل .

٣ ـــ الحصول على التأييد والامان وتأكيد الذات ، وتســـهيل التفاعل الاجتماعى وخلق موضوعات للمناقشة ... الخ .

٤ ـــ الاحاطة بالطقوس المصاحبة لنشاطات الحياة اليومية التى تميز العصر ، وخلق الجو النفسى المســـاعد على التوحد مع البيئة .

كما افادت الدراسات التى أجريت فى اطار هذا المدخل ايضا فى اظهار

---

(١) McQuail, D., and Windahl, S., Communication of Models Op. Cit., P. 78.

(٢) McQuail, D., Towards A Sociology of Mass Communication, Op. Cit., PP. 74 — 75.

أن الناس هى التى تفرض الاحتياجات أمام اجهزة الاعلام ، وانهم موجهون فى مشاهداتهم ، واستماعهم ، وقراءاتهم بواسطة مجموعة من التوقعات التى تسعى لاشباع الرغبات ، وأن هذه الاحتياجات والرغبات ، تنبع من طبيعة الشخصية ، ومن الظروف الاجتماعية . فضلا عن توجيه الاهتمام لأخذ رغبات الجمهور واحتياجاتهم فى الحسبان ، فى أى دراسة تستهدف بحث موضوع التأثير .

وبخلاف ما تقدم ، فان هذا المدخل يعانى من أوجه نقد وقصور عديدةيمكن بلورتها فيما يلى :

١ — قد لا يتمكن الفرد فى جميع الاحوال من اشباع حاجته بطرق بديلة كما يفترض هذا المدخل ، فقد تقف عقبات اجتماعية أو مادية أو حتى جسمانية امام تلبية هذه الحاجات ، فالحاجة الى القراءة مثلا ، قد يحد منها عدم قدرة الفرد على شراء الجريدة ، أو عدم المعرفة بمهارة القراءة ، أو لافتقاده حاسة الابصار . ومن ثم تظل هذه الحاجة حبيسة لدى الفرد لا يستطيع اشباعها .

٢ — ليس من الضرورى أن يرتبط تعرض الافراد لمضامين اجهزة الاعلام نتيجة حاجات ذاتية يراد اشباعها . فقد تخلق اجهزة الاعلام نفسها الحاجات لدى الافراد . فالفرد لديه حاجة للاطلاع على الصحيفة لمجرد انها عادة تفرضها مقتضيات وضروريات الحياة العصرية . كما أن هذه الاجهزة قد تخلق أحيانا وبتوجيهات معينة اهتمامات ومصالح ومطامح زائفة لدى الافراد لخدمة اغراض خاصة .

٣ — ينظر هذا المدخل الى الحاجات على نفس المستوى ، فكل مضمون فى أجهزة الاتصال ، يلبى حاجة أو اشباعا لدى الفرد ، دون الاخذ فى الاعتبار قوة أو شدة هذه الحاجات وترتيب اولويتها . فهناك حاجات ملحة واخرى أقل الحاحا فى حياة الفرد ، ومن ثم فقد يكون هناك احتياجات ملحة لدى الفرد فى فترة معينة ولا يلبيها المضمون المشار فى اجهزة الاعلام اثناء تلك الفترة .

٤ — لا يميز هذا المدخل بين مضامين أجهزة الاعلام المختلفة ، وما اذا كان الفرد ، وهو بصدد اشباع حاجاته يعتمد عليها جميعا . أم يكتفى بوسيلة أو أداة واحدة ، وما اذا كان يوجد تنافس أو تكامل بين أجهزة الاعلام فى هذا المجال ؟

٥ — يفترض هذا المدخل ، ان اجهزة الاعلام لها مضامين مختلفة تلبى احتياجات مختلفة . فى حين أن هذه الاجهزة فى بعض المجتمعات ، وبالذات المجتمعات ذات الانظمة الشمولية والديكتاتورية التى تمارس توجيها صارما

على اجهزة الاعلام ، لا يوجد اختلافات اساسـية بين مضـامينها وهى عادة ما تشبع احتياجات فئـات محددة .

٦ — لا يعنى مفهوم استخدام اجهزة الاعلام — كبـديل وظيفى وفقـا لهذا المدخل — الحكم بقوة هذه الاجهزة والتسـليم بفاعليتها وتأثيرها على الجمهور ، فمشـاهدة التليفزيون أو قراءة الصحيفة لتلبية احتياجات معينـة لدى الفرد . قد لا يعنى تأثر الفرد بما قراه أو شـاهده . اذ قد تكون القراءة بهدف اضفاءالمكانة على الفرد مثلا ، أو الهروب من مشكلات الواقع دون ان يتأثر الفرد بمضمونها . كذلك فقد يكون فتح الراديو فى المنزل للتسـلية دون انصـات تام من جانب الفرد لحقيقة ما يذاع أو يقال .

ثالثـا : المحددات الفاعلة فى تأثير أجهزة الاتصال :

يكشف العرض السـابق للتصورات النظرية فى بحوث التأثير الاعلامى أن هذه التصورات يصعب الاعتمـاد عليها كمنطق لدراسـة تأثيرات أجهزة الاتصـال فى المجتمع . فمع ما تتضمنه من أفكار مهمة الا انها تظل قاصرة عن تحقيق فهم افضل لقضية بالغـة التعقيد والتشابك كقضية تأثير أجهزة الاتصال يتساوى فى ذلك التصورات التى تنطلق من المدخل التقليدى او تلك التى تنطلق من المدخل الوظيفى . ويصبح التحدى الحقيقى الذى يواجه الباحث فى هـذا المجال ، هو محـاولة البحث عن صيغة تجمع بين جوانب القـوة فى هـذه التصورات ، وتستبعد أوجه الضعف فى كل منها عنـد دراسـة تأثير اجهزة الاتصال . ولدينا فان هذه الصيغة يمكن أن تتبلور فى المحاور التالية :

١ — ضرورة الوقوف على وضعية أجهزة الاعلام فى المجتمع وعلاقتهـا بالبنـاء السياسى والاجتماعى مع الاخذ فى الاعتبـار علاقة هذه الاجهـزة بالمؤسسـات الدولية .

٢ — الاهتمـام بدراسة القائمين بالاتصـال فى المؤسسـات الاعلامية والوقوف على خلفيتهم الاجتماعية والثقـافية واسـاليب تنشـئتهم وتدريبهم الاعلامى ، وبيـان مدى فهمهم لدورهم وعلاقتهم بالمؤسسة التى يعملون بهـا وتحديد تصـورهم للجمهور الذى يتوجهون اليه وللقضية موضع التحليل .

٣ — الاهتمام بتحليل المضمون الاعلامى ذاته وتحديد سماته وخصائصه والوقوف على توجهاته العامة والرؤى التى يسعى الى طرحها واثارتها وحجم الاهتمام بالقضية او الموضـوع محل الدراسة ، مع الاخـذ فى الاعتبـار مدى الانسجام او التنافر بين المضـامين الاعلامية المثارة عبر الوسيلة نفسـها أو بين الوسائل الاعلامية المتنافسة المحلية منها والاجنبية .

٤ — فهم مختلف فئـات الجمهـور المتلقى ، والتعرف على سـماتهم

وخصائصهم الاجتماعية والثقافية وكذا رؤيتهم لأجهزة الاعلام ، وسلوك تعاملهم معها ، والموضوعات التى تحظى باهتمامهم واشكال الاشباع التى تحققها لهم .

٥ — مدى الانسجام او التنافر بين قنوات الاتصال الجماهيرى وقنوات الاتصال الشخصى حول القضية موضع التحليل .

٦ — تحديد وحدة التحليل المعنية بالتاثير ، الفرد ، الاسرة ، المجتمع ، المحلى ، المجتمع القومى .

وعلى ضوء هذه المحاور الستة السابقة يمكن فهم اشكال ومستويات التأثيرات التى تحدثها عمليات أجهزة الاعلام فى المجتمع . بيد أن الكشف عن مثل هذه التاثيرات لا يتسنى فى لحظة آنية،ولكن هى تأثيرات ذات طبيعة تراكمية يستلزم التعرف على ابعادها دراسة تتبعية ومقارنة وتتطلب فى الوقت ذاته تكامل منهجى يستطيع أن يتناول الابعاد المختلفة لهذه التاثيرات .

الفصل الخامس

الاتصال والثقافة (أبعاد العلاقة)

الفصـــل الخامس

الاتصـــال والثقافة (أبعاد العلاقة)

دارت المناقشة فى الفصول السابقة حول الاتصـــال ، وتناولنـــا جوانب عديدة : مفهوم الاتصـــال ، وأنواعه ، ونماذجه ، وتقنياته ، ووظائف الاتصال فى المجتمعات النامية ، والمحددات الفاعلة فى تأثير الاتصال فى هذه المجتمعات . وفى هذا الفصل نركز المناقشة على الطرف المقابل لموضوع العمل الراهن وهو الثقافة ، محاولين بداية التعرف على ماهية الثقافة وأبعـــادها ، ثم طبيعـــة العلاقة بين الثقافة والاتصـــال ، ودور الاخير فى مجـــال الترويج الثقـــافى ، ونركز تحديدا فى هـــذا المجال على قضـــية البث المبـــاشر وتأثير الثقـــافات الوافدة عبر تقنيات الاتصال الحديثة على الثقافة المحلية ، باختصـــار يتنـــاول الفصل مناقشة العناصر التالية :

١ — مفهوم الثقافة .

٢ — العلاقة بين الاتصـــال والثقافة .

٣ — الاتصـــال والانتشار الثقافى (البث المباشر) .

١ — مفهوم الثقـــافة :

على الرغم من شـــيوع اســـتخدام كلمة ثقـــافة فى الاحاديث العـــامة والكتابات المتخصصة ، الا انهـــا لا تزال تختلط فى اذهان الكثير بسبب تعـــدد معانى استخدامات هذه الكلمة ، دون اتفـــاق واضح على مدلولاتها . ويوجد للثقـــافة معنيـــان : **الأول** : لغوى ، وهذا لا خلاف عليه ، فالثقافة فى اللغـــة العربية ، مجاز مأخوذ من تثقيف الرمح أى تسويته ، كمـــا يورد مختار الصحاح معنى الثقافة ، فيقال ثقف الكلام ثقافة أى حذقه وفهمه وبسرعة[1] **أما الثانى** : فهو اصطلاحى وهو موضع خلاف بين الباحثين ، حيث تنصرف كلمة ثقـــافة الى معـــان كثيرة وتتفاوت من جهـــة التطبيـــق ســـعة وضيقا ، فقد يتســـع المعنى ليشـــمل أسلوب حيـــاة النـــاس وما تقوم عليـــه من نظم وعلاقات بين الأفراد فى تعاملهم مع بعضهم البعض ، بل وايضـــا ردود فعل الانسان على كل المثيرات التى تحيط به فى العـــالم المحيط به ، وقد يضـــيق معنى الثقافة

---

(١) مختـــار الصحاح ، مكتبة مصطفى البابى الحلبى ، القاهرة ، ١٩٥٠ ، مـــادة ثقف ، ص ٩٤ .

ليقصر نفسه على مجالات الفنون والآداب وبعض جوانب العلم بالنسبة الى الصفوة وحدها(١) .

وقد لاحظ «كروبر وكلاكهون» فى مراجعتهما لمفهوم الثقافة فى كتابات الباحثين أن هناك أكثر من مائة تعريف قدمت لمصطلح الثقافة(٢) من جانب علماء الانثروبولوجيا والاجتماع وعلم النفس والاقتصاد والسياسة والجغرافيا والاتصال . ومن الطبيعى أن يركز كل عالم يمثل تخصص معين على محكات معينة وأن يعطى ثقلا لظواهر من الثقافة دون أخرى بحسب ما ينصرف اليه اهتمامه النابع من تخصصه .

هذا التعدد والتباين الذى لاحظه « كروبر » وزميله فى دراستهما لمعنى الثقافة انعكس أيضا فى نتائج الاستبيان الذى اجراه احد الباحثين المصريين لاستطلاع مفهوم محدد لماهية الثقافة ، فقد أظهر الاستطلاع ، عدم وجود تعريف متفق عليه بين من أجابوا على الاستبيان فمنهم من عرف الثقافة بأنها موقف عقلانى واعى وفاهم عن العالم المادى وغير المادى ، وآخر عرفها بأنها أسلوب حياة يسعى دائما نحو التطور والتقدم ، وعرفها آخرون بأنها مجموعة الانجازات التى حققها مجتمع من المجتمعات فى حقبة تاريخية معينة . وفريق يرى أنها كل ما يعزز قدرات الانسان وما يضيف اليه من معلومات وتجارب بحيث يصبح أكثر قدرة على مواجهة مشكلات الحياة(٣) .

ولما كان الأمر حول تعدد وغموض مفهوم الثقافة واختلاف الباحثين فى التوصل الى اتفاق محدد حول هذا المفهوم ، فان استعراض عدد من المحاولات التى قدمها بعض الباحثين الثقاة لمعنى الثقافة من شأنه هنا تسليط الضوء على هذا المفهوم ومساعدتنا فى بلورة رؤية واضحة حوله تحقق أهداف العمل الراهن ، لقد ظهر مفهوم الثقافة أساسا فى الأعمال الانثروبولوجية المبكرة وبصفة خاصة لدى (تايلور) أحد اقطاب علم الانثروبولوجيا ورواده الأوائل ، فقد عرف «تايلور» الثقافة فى كتابه « الثقافة البدائية » بأنها :

---

(١) المجالس القومية المتخصصة ، تقرير المجلس القومى للثقافة والفنون والآداب والاعلام ، حول الملامح العامة لاستراتيجية الثقافة ، الدورة الثالثة ، يونيو ١٩٨٢ ، ص ١٦ .

(٢) نقلا عن محمد الجوهرى ، الانثروبولوجيا ، ط ١ ، القاهرة ، دار المعارف ١٩٨٠ ، ص ٦٢ .

(٣) حسن الكاشف ، تعريف الثقافة ، دراسة ميدانية ، الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الاعلام فى مصر ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، مايو ١٩٨٣ ص ٩ .

« الكل المركب الذى يشمل المعارف والمعتقدات والفن والقانون والاخلاق والتقاليد والعادات وجميع القدرات الاخرى التى يستطيع الإنسان أن يكتسبها بوصفه عضوا فى مجتمع »(١) . واوضح «بدنى » أن الثقافة ، « هى مجموعة الانماط السلوكية والفكرية التى يكتسبها الافراد من خلال المجتمع والتى يؤمن بها ويقرها أفراد المجتمع ويكافحون من اجل اطاعتها »(٢) .

واقترح « كوبير » تعريفا للثقافة ، حاول فيه أن يجمع معظم العناصر التى حظيت بموافقة علماء الاجتماع ، فأوضح ان الثقافة تتألف من انماط مستترة أو ظاهرة للسلوك المكتسب أو المنقول عن طريق الرموز ، فضلا عن الانجازات المتميزة للجماعات الانسانية ، ويتضمن ذلك الأشياء المصنوعة ويتكون جوهر الثقافة من افكار تقليدية وكافة القيم المتصلة بها أما الانساق الثقافية فتعتبر نتاج السلوك من ناحية وتمثل الشروط الضرورية له من ناحية أخرى(٣) .

ويذكر « صلاح قنصوه » أن الثقافة هى الوجه الانسانى من العالم الطبيعى ، أو ما خلقه الانسان وما يزال يخلقه ، وهى عتاده واسلوبه فى غزو الطبيعة أو فى استجابته لها . فاذا كان العالم الطبيعى يزورنا بالمواد الأولية ، فان الثقافة هى التى تحدد أسلوب استثمار تلك المواد لخدمة مطالبنا ، وباختصار انها اسلوب الحياة الذى ينطوى على معتقدات وعادات ومهارات ويتضمن البواعث والاهداف التى تحث الفرد والجماعة على المشاركة فى انشاء النظم والمؤسسات المادية والروحية . كما تحمل فى باطنها المبادىء أو القيم والمقاييس التى تفرز بموجبها تلك الاساليب والنظم الثقافية نفسها ويحكم عليها وتصاغ الثقافة من مجموع جوانب فاعلية الانسان على نحو ما يفصح عنها فى دينه وفلسفته وفنه وعلمه ومن قبل ذلك فى لغته واساطيره وسحره وكما تتجسد فى نظمه وتقنياته(٤) .

ويشبه « حامد عمار » وظيفة الثقافة فى الحياة الاجتماعية للافراد بوظيفة البوصلة فى عبور البحار او اجتياز القفار باعتبارها اداة هامة لما يأخذ المرء أو يدع من اتجاهات ومسالك . وتتجلى الثقافة بصورة واضحة فيما يصنعه الانسان أو ينتجه من أشياء ومواد وسلع ، وفيما يعتاده

---

(١) الطاهر لبيب ، سوسيولوجيا الثقافة ، الدراسات الخاصة ، معهد البحوث والدراسات العربية ، القاهرة ، ١٩٧٨ ص ١٢ .

(٢) نقلا عن حسن الكاشف ، مرجع سابق ص ٤ .

(٣) قاموس علم الاجتماع ، ص ١١٠ .

(٤) صلاح قنصوه ، مواجهة منهجية لقضية التراث ، الحلقة الدراسية لبحوث الاعلام فى مصر ، مرجع سابق ص ٢ .

من سلوك مع نفســـه وعائلته ومحيطه وفيمـــا يرغب فيـــه ويحبـــه ويؤثره ، وفيما ينأى عنه ويبغضه من دوافع وما يحيطه من مواقف ، وفيما يعتبره جميلا أو قبيحا وباختصـــار تتجسد الثقافة فى واقع الحياة من خلال تعـــامل الافراد والجمـــاعات مع الطبيعة ومع بقيـــة البشر . وبالتـــالى فهى ليست أفكـــارا أو قيما مثالية وانمـــا تنعكس فى الواقع المعاش الذى يصنعه الانسان(١) .

ويميز « فؤاد زكريا » فى تحديده لمعنى الثقافة بين ثلاثة معانى رئيســـية للمصطلح(٢) :

المعنى الأول : وهو كل ما يضيفه الانسان الى ما يتلقـــاه من الطبيعـــة أو ما يجده فيهـــا — فالانسان كنوع بخلاف الحيوان يقـــوم بعمليـــات تحوير واعادة تشـــكيل للطبيعة ، وهـــذه العمليـــات يمكن أن تتخذ طابعا ماديا ، كما هو الحال فى الادوات المـــادية التى يستخدمها فى الزراعة أو الصـــيد مثلا ، أو طابعـــا معنويا ، كالقواعد التى ينظم بها مجتمعه ويتعامل بها مع الآخرين .

المعنى الثانى : فيكتفى بالجـــانب المعنوى فقط ، وفيه تعنى الثقـــافة العـــادات والقيم التى يتميز بها مجتمع عن آخر واسلوب الحياة وطرق التفكير التى تســـود حضـــارة معينـــة دون غيرها .

المعنى الثالث : وهو أضيق مما سبق وفيه تشـــير الثقـــافة الى النواتج الرفيعـــة التى لا يبدعها ولا يتذوقها الا فئـــة محددة من الناس داخل المجتمع الواحد كالشعر والموســـيقى والفن التشـــكيلى والكتابات الثقـــافية بمختلف أنواعها . وهـــذا هو المعنى المستخدم عنـــدما نتحدث عن إنســـان مثقف أو عن وزارة للثقافة تقوم برعاية النواتج الرفيعة ولا شـــأن لها طبعا بالثقـــافة بالمعنى الأول أو الثانى .

ومع صعوبة تبنى الدراسة الراهنـــة بحكم طبيعتهـــا الاعلامية للمعنى الأول — الواسع للثقافة ، الذى يشـــير الى جوانبها المادية وغير المـــادية ، أو المعنى الثالث الضـــيق ، الذى يقصر معنى الثقافة على النواتج الرفيعة ، فان الدراســـة الراهنة تأخذ بالمعنى الثانى للثقافة والذى يركز على الجوانب المعنوية ، ووفقا لذلك يقتصر فهمنا للثقافة هنـــا على أســـاس أنها تعنى :

---

(١) حامد عمار ، بعض محاور الثقافة القومية ، منتدى الفكرى العربى ، عمـــان ، مارس ١٩٨٦ ص ١٢١ .

(٢) فؤاد زكريا وشاكر مصطفى ، الثقافة العربية والاعتماد على الذات ، المعهد العربى للتخطيط ، الكويت ، ١٩٨٨ ص ١٦ .

« أساليب الحيـــاة الشائعة لدى جمـــاعة أو مجتمع معين والتى تظهر فى أقوال النـــاس وتصرفاتهم أو عاداتهم وتقاليدهم خلال حياتهم الجمعية » .

ويفيد هنـــا أن نسلط الضـــوء على بعض جوانب الثقافة بهـــذا الفهم لما لذلك من علاقة بموضوع اهتمامنا :

١ — أن الثقافة ليست درجة من العلم يحققه الفرد أو درجة من التقدم يحققها المجتمع ، ولكنهـــا فى حقيقتها هى الانســـان بكل مقوماته ومزاجه وميوله ورغبـــاته وعاداته ، وتقاليده .

٢ — تعمل الثقافة على تنظيم الحياة الاجتمـــاعية بشـــكل يوفر لأفراد المجتمع ما أمكن من احتياجاتهم المعيشـــية وطرق الحصول عليها ، فهى بمثابة الموجه لسلوك الافراد والمحدد لردود افعـــالهم فى المواقف المختلفـــة فى فترة زمنيـــة .

٣ — لكل كيـــان اجتماعى هوية أو ذاتية ثقافية ، تشير الى اســـاليب الحياة المعاصرة السائدة فى هذا الكيـــان والتى تميزه عن أســـاليب الحيـــاة السائدة فى الكيانات الأخرى(١) .

٤ — الثقافة عملية تراكمية تاريخية . فالثقافة المصرية الراهنة مثلا ، هى نتـــاج لكل المؤثرات والتجارب التى مر بها الشعب المصرى عبر القرون المختلفة ومن أبرز مؤثرات هذه الثقافة ، المصـــدر المصرى القديم ، والمصـــدر اليونانى والرومانى ، والمصدر المسيحى ، والمصـــدر الاســـلامى ، والمصـــدر المملوكى والعثمـــانى مرورا بحمـــلة نابليون ، واسرة محمد على والاحتـــلال الانجليزى ، واخيرا المصـــدر العالمى المعاصر وخاصة المصدر الغربى(٢) .

٥ — لا تتحدد التمايزات بين الثقافات المختلفة فى العنـــاصر والمكونات المؤلفـــة لكل ثقافة وانمـــا تتحدد فى العلاقات التى تقوم بين تلك العنـــاصر ففى كل الثقافات توجد العناصر أو المكونات ذاتها ، الدين ، الزواج ، الحب ، عادات الطعام ، الملبس ، التعاون ، التفكـــير ... الخ . ولكن مع اختـــلاف المحتوى والوزن النسبى ، وطبيعـــة العـــلاقة بسائر العنـــاصر ، ذلك أن العنصر أو المكون الثقـــافى لا يعمل بمفرده ككيـــان مســـتقل ، وانمـــا يعمل بواســـطة بشر يفهمونه ويفسرونه ويستخدمونه فى اتجـــاه دون آخر ، فيأخذ التفكير مثلا فى مجتمع طابعا عقلانيـــا وفى مجتمع آخر طابعا غيبيا وهكذا .

---

(١) عبد الهادى الجوهرى ، أصول علم الاجتماع ، القـــاهرة ، مكتبـــة نهضة الشرق ، ١٩٨٤ ص ٢٤٩ .

(٢) ســـيد عويس ، حول موضوع الذاتية الثقافية ، الحلقة الدراســـية الثالثة لبحوث الاعلام فى مصر ، مـــايو ، ١٩٨٣ ، ص ٢ .

٦ — أن الثقافة باعتبارها نظم حياة ورؤى وعادات وتقاليد وقيم جماعة من الناس يمكن اكتسابهاوتطبيع الافراد الجدد عليها وهنا تلعب مؤسسات التنشئة الاجتماعية كالأسرة ، والمؤسسات التعليمية والدينية ، والاتصال دورا مهما فى هذا المجال .

٧ — تخضع الثقافة لعمليات التطوير والتغيير بفعل متغيرات داخلية أو ما يحيط بها من متغيرات خارجية(١) . وهذا لا يمنع أن تكون بعض مكوناتها من الثوابت نسبيا وبعضها من المتحولات المتلاحقة فى سرعتها النسبية . على أن عملية تغير المكون الثقافى لا يعنى القضاء نهائيا عليه واحلال مكون آخر عوضا عنه ، ولكن تعنى تبدل فى موقع المكون وزيادة أو تناقص أهميته والوزن النسبى له بالمقارنة بالمكونات الأخرى وفقا لطبيعة الظروف الداخلية والخارجية التى تحيط بالجماعة فى فترة زمنية معينة .

٨ — تنتقل الثقافة من مجتمع الى آخر ومن جماعة الى اخرى من خلال عمليات الاتصال والاحتكاك . وخلال عملية النقل يحدث تنافر أو صراع بين السمة الثقافية الوافدة والاخرى المحلية ، ووفقا لطبيعة وشروط الاحتكاك ، ونوعية السمة الوافدة ، ومدى قوة أو ضعف البنيان الثقافى المحلى ، تتحدد نتيجة الصراع ، اما بالقبول والاندماج فى النسيج الثقافى المحلى أو بالرفض وعدم القبول .

٩ — توجد دوائر مختلفة للثقافة ، فهناك الثقافة الرئيسية يتبعها كل افراد المجتمع ويساهم كل من يخالفهما ، وهناك الثقافة الفرعية التى تقتصر على نطاق جغرافى أو بشرى او سلالى معين ، وهناك الثقافة الرسمية التى تتبناها الصفوة الحاكمة أو المثقفة وتعبر عن مصالحهم وطموحاتهم ، والثقافة الشعبية التى قد تعبر عن خط مضاد تماما للثقافة الرسمية لتعكس آمال واحلام الجماهير المقهورة فى الغالب .

٢ — العلاقة بين الاتصال والثقافة :

تتداخل العلاقة بين الاتصال والثقافة وتتشابك الى الحد الذى جعل بعض الباحثين ينظر الى الاتصال والثقافة باعتبارهما وجهان لعملة واحدة . فقد أوضح « ادوارد هول » E. Hall فى كتابه عن اللغة الصامتة « أن الثقافة اتصال على اعتبار أن العادات والتقاليد والتراث والخبرات والقيم والمعارف المختلفة كلها تنتقل بين الاشخاص والجماعات والاجيال . وهذا

---

(١) على عبد الرازق الحلبى ، المجتمع والثقافة والشخصية ، دار المعرفة الجامعية ، الاسكندرية ، ١٩٨٨ ، ص ٧٥ .

الانتقـال او النقل والتوصيل هـو ما يعطيهـا صـفة الاستمرارية والبقـاء فى الوجود(١) .

كذلك تعتبر طرق الاتصـال ذاتها جزء من الثقافة السـائدة ، فاللغـة والحركات والاشـارات والايماءات ... الخ . وهى عناصر ثقافية ، أدوات فى الوقت ذاته لنقل الثقافة وتوصـيلها ، وقد أوضح « مارشـال ماكلوهن » صاحب العبارة الشـهيرة « الوسيلة هى الرسالة » أن أدوات الاتصال جميعا تعتبر امتدادا لحواس الانسـان لها دورها فى تغيير هذا الانسان والتأثير على اسلوب حيـاته أى ثقافتـه(٢) .

كمـا يلتقى الاتصـال والثقافة فى أوجه كثيرة فمن ناحية ، نجد ان كل العمليات الثقافية لا تخلو من تفـاعلات اتصـالية ، وكل العمليات الاتصـالية لا تخلو من تفاعلات ثقافية(٣) ، وفى ذلك تشـكل الثقـافة معظم المضـامين التى تحملها العمليـات الاتصـالية ، كمـا يساهم الاتصال فى نشر المعارف ودفع عجلة الأنشـطة الثقافية وفى انتفـاع الأفراد بصـفة عامة بالنتـاج الثقافى والمشاركة فى الحياة الثقافية(٤) .

ومع هذا التداخل بين الاتصـال والثقافة ، الا أن الاتصال بأنمساطه المختلفة لا يمكن أن يعكس الثقافة أو يكون بديلا عنها ، ذلك ان الثقافة أشمل وأعم من الاتصـال ، فهى تعكس الوجه الحضـارى للمجتمع ولها مجـالاتها المتعددة ، انها كمـا أشرنا من قبل أسلوب حياة الأفراد فى مجتمع معين فى حين أن الاتصـال وبالذات فى المجتمع النامى ، يعكس وجهة نظر معينة وهى ليست بالتأكيد كل مشتملات الثقافة الموجودة فى هذا المجتمع .

وقد أفضى تطور اسـاليب الاتصال ، وما احدثته التكنولوجيا الجديدة الى المزيد من التباعد بين الاتصـال والثقافة بمفهومها الاشمل . فقد وجهت اتهامات عـديدة الى أجهزة الاتصـال الحديثة باعتبارها اجهزة ساعدت على نشر وترويج الثقافة الرخيصـة بدلا من الثقافة الجادة التى تعبر عن صميم حياة النـاس فى المجتمع ، فهذه الأجهزة تقدم مواد اتصـالية على درجة عالية

---

(١) نقـلا عن ، أحمد أبو زيد ، الاتصـال ، عالم الفكر ، العدد الثانى ، سبتمبر ١٩٨٠ ، ص ٣٢٦ .
(٢) وليـام ريفرز وآخرون ، وسائل الاعلام فى المجتمع الحديث ، ترجمة ابراهيم امام ، دار الفكر العربى ، ١٩٧١ ، ص ٤٩ .
(٣) المجالس القومية المتخصصة ، تقرير المجلس القومى للثقافة والفنون والآداب والاعلام ، الدورة السـادسة ، يونيو ١٩٨٥ ص ٩٥ .
(٤) سـعد لبيب ، الأمن الثقافى فى مجال العمل الاذاعى ، مجلة الدراسات الاعلامية ، أكتوبر / نوفمبر ١٩٨٧ ، ص ١٠ .

من التفاهة والضحالة والسطحية تعتمد فى الأساس على الاثارة والتشويق بدلا من العمق الأمر الذى أصاب الحياة الثقافية فى المجتمع الحديث بالعقم والانحطاط الثقافى(١) . وهو المعنى الذى أشار اليه « طه حسين » حينما سئل عن أثر أجهزة الاتصال الحديثة وبالذات الراديو والتليفزيون على الثقافة فكان رده أن أثرها كان سلبيا لأن البعد الذى أضافاه الى ثقافة الانسان كان سطحيا ولم يكن عميقا ، صحيح أن هذه الوسائل لا تخلو من جرعات ثقافية ولكنها ليست بالقدر الكافى من غذاء الفكر الذى يحتاجه عقل الانسان لبنائه الثقافى(٢) .

كما افضت هذه الأجهزة ، بسبب تباين قدرات الأفراد على التعامل معها الى اتساع نطاق الهوة الثقافية فى المجتمع بين من يستطع التعامل مع هذه الأجهزة ، ويعتمد عليها فى غذائه الثقافى وبين من لا يستطيع التعامل معها لقصور امكانياته الشخصية أو الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية ، وهى الهوة التى تساهم فى احداث التفكك الثقافى بدلا من الاندماج والتكامل

وايا كان الأمر ، فان فهما أفضل للعلاقة بين الاتصال والثقافة لن يتحقق بعيدا عن فهم الظروف المحيطة بعمليات الاتصال وبناء القوة السائد فى المجتمع ، ذلك لأن عمليات الاتصال ، كما اشرنا سلفا تخضع للضبط والاحتكار والسيطرة والتوجيه من جانب جماعة الضغط وأصحاب النفوذ والمصالح فى المجتمع ، الأمر الذى يملى على قنوات الاتصال الاقتصار على التعبير عن هذه المصالح والاهتمامات دون غيرها مما يجعل الثقافة التى تحملها تمثل ثقافة نخبة معينة وليست ثقافة المجتمع ككل . وهذا يقود الى اهمية استخدام منهج التحليل الطبقى للاتصال ، وهو المنهج الذى يعتمد على المقولات الرئيسية التى تركز على آليات انتاج الاتصال للكشف عن الايديولوجيا التى تحاول الجماعات الاجتماعية المسيطرة سواء على مستوى المجتمع المحلى او القومى ان تطرحها من خلال وسائلها المتعددة فى تشكيل رؤى وقيم بعينها(٣) .

ان الاتصال وكذلك الثقافة نتاج لواقع موضوعى ، وافراز للاوضاع الاقتصادية والاجتماعية والسياسية السائدة فى المجتمع ومن ثم يتاثر كلاهما بهذه الاوضاع ، فالثقافة فى مجتمع ما تتاثر بالاوضاع السياسية والاقتصادية التى تسود هذا المجتمع فى حقبة معينة ، فتعلو بعض

---

(١) احمد ابو زيد ، الاتصال ، مرجع سابق ص ٣٣١ .

(٢) نقلا عن ابراهيم السمان ، مقابل غير متوازن ، مجلة العربى ، مايو ، ١٩٨١ ، ص ٦١ .

(٣) نادية سالم ، الهوة بين وسائل الاتصال والهوية الثقافية الشعبية الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الاعلام ، مرجع سابق ص ٢ .

عناصرها على البعض الآخر أو تتغير أهداف بعض العناصر لتتلاءم مع الاوضاع الجديدة . ففى حقبة السبعينيات على سبيل المثال ، شهد المجتمع المصرى تغيرا فى التوجهات السياسية والاقتصادية ، وهى التوجهات التى اتجهت نحو تشجيع العلاقات الاقتصادية الليبرالية والاخذ بالاسلوب الرأسمالى فى الادارة والحكم(١) . وقد واكب ذلك على الفور تغيرات فى البناء الثقافى حيث سادت ، نتيجة لهذا التحول ، على قمة البناء الثقافى القيم المادية والاستهلاكية وتغيرت مستويات التقييم الشعبى ومعايير الحكم على الاشياء واخذت قيمة التعاون مثلا كعنصر ثقافى ، فى ظل هذا التحول أهدافا مغايرة للاهداف التى كانت تسعى لها هذه القيمة فى فترة سابقة فالتعاون أصبح مع الظروف الجديدة ، ليس من أجل المجموع أو عمل الخير ، ولكن من أجل النفع الفردى وتحقيق النجاح بالطرق المشروعة وغير المشروعة .

ولعب الاتصال الذى كان أكثر تأثرا بهذه التحولات دورا تدعيميا ومساندا لهذه التغييرات فأصبحت الاشتراكية ، والقومية العربية التى كانت تروج لها قنوات الاتصال فى حقبة الستينيات ، سببا للمعاناة اليومية للجماهير ، والسد العالى رمز التحدى والصمود والارادة ، مسئولا عن تدهور الارض الزراعية ، ومجانية التعليم مسئولة عن تدهور التعليم والولايات المتحدة التى كانت تقدم الى الجماهير باعتبارها العدو اللدود ، اصبحت فى هذه الفترة الصديق الصدوق ، والانفتاح الاقتصادى ، أصبح ضرورى ، لأن الانغلاق سبب لنا الكوارث ، والمشروعات الحرة ينبغى تدعيمها لأن القطاع العام اثبت عدم جدارته . وعكست المضامين الاعلامية وبالذات تلك التى تحملها قنوات الاتصال الجماهيرى القيم الفردية والمادية والاستهلاكية على النحو الذى كشفت عنه دراسات تحليل المضمون لهذه القنوات(٢) .

وهكذا يصعب فهم العمليات الاتصالية والثقافية فى المجتمع بعيدا عن فهم الايديولوجيا السائدة ، ذلك أن الممارسة فى النهايةسوف تكشف عن

---

(١) للوقوف على عرض مفصل للاوضاع السياسية والاقتصادية لهذه الفترة انظر : : عادل حسين ، الاقتصاد المصرى من الاستقلال الى التبعية ، ج ١ ، ج ٢ ، ط ٤ ، القاهرة ، دار المستقبل العربى ، ١٩٨٢ .

(٢) انظر على سبيل المثال الدراسات التالية :

— نادية سالم ، اثر اعلانات الصحافة والتليفزيون على تغيير الذوق المصرى بعد سياسة الانفتاح الاقتصادى ، المؤتمر الدولى التاسع للاحصاء والحسابات العلمية والبحوث الاجتماعية والسكانية ، المركز القومى للبحوث ، ابريل ، ١٩٨٤ .

— عبد الفتاح عبد النبى ،دور الصحافة فى تغيير القيم الاجتماعية ، رسالة دكتوراه ، كلية الاعلام ،جامعة القاهرة ، ١٩٨٧ .

محـــاولات لتكريس مفاهيم هذه الايديولوجيا وتطويع العنـــاصر الثقـــافية السائدة لصـــالح الايديولوجيا المسيطرة وان طبيعة العـــلاقة بين الاتصـــال والثقـــافة سيتحدد على ضـــوء العلاقة التى تربط الفكر بالسلطة والجمـــاعة الحاكمة ، والسيطرة الكاملة التى تمارسها السلطة على اوجه النشاط الاتصالى والثقافى ومن هذا المنظور نعتقد ان الاتصال يوظف لصالح منح السلطة اقصى درجة من السيطرة والتحكم فى مجالات النشاط الثقافى فى المجتمع .

بيد ان اللافت للنظر فى هذا المجـــال ، هو ان الجمـــاعات المسيطرة فى المجتمع تتجه لصياغة أيديولوجيتها فى اطار من الثقافة الشعبية السائدة ، بعد محاولة تطويع عنـــاصر هذه الثقـــافة وتجريدها من ســـياقها الشعبى واعادة تحقيق الترابط المصطنع معها فى شـــكل نســـق فكرى جديد يعبر عن السلطة الحاكمة ويساعد على ذلك ، عدم تجانس وتناقض العديد من مكونات الثقافة الشعبية بفعل اختلاف المواقف والخبرات وتباين اوضـــاع المشـــاركين فيهـــا فتنتقى هذه الجمـــاعات من هذه المكونات الثقافية الجانب الذى يدعم مواقفها ويحقق مصـــالحها ويبرر شرعية ممارســـتها وتحـــاول ترويجهـــا عبر أجهزتها ومؤسساتها المختلفة بما فيها أجهزة الاتصال(١) .

كمـــا ان قنوات الاتصـــال التى تتولى من جانبهـــا الترويج لايديولوجية الجماعة المسيطرة تستخدم العنـــاصر الثقافية نفســـها ليست فقط بهدف نشر وترويج رؤى ومواقف هذه الجمـــاعة ، كمـــا اشرنا توا ، ولكن ايضـــا بغية تحقيـــق أقصى قدر من التأثير والفاعلية لعمليـــاتها ، ففى المجتمع المصرى على ســـبيل المثـــال يعتبر الدين هو احد المكونات الرئيســـية للثقـــافة المصرية ، فقد عرف عن المصرى على مر العصـــور منذ اخنـــاتون اول الموحدين تدينـــه الشـــديد وشغفه المستمر بالأمـــور الدينيـــة وترديده الحكـــم والمواعظ الدينيـــة(٢) .

وتدرك اجهزة الاتصـــال اهمية هذا العنصر ودوره فى تحقيـــق الاقتنـــاع والترويج لأفكار ورؤى الجمـــاعات الحاكمة ، ولذلك تحرص هذه الاجهزة كل الحرص على افتتاح وانهاء برامجهـــا بتلاوة آيات من كتـــاب الله والاهتمام باحيـــاء المناسبات والاعيـــاد الدينيـــة والاكثار من البرامج والصفحات الدينية وخلال هذا الاهتمـــام يجرى التأكيد على ان الدين يحض على طاعة اولى الامر

---

(١)محمد عبد النبى ، ثقـــافة الفلاحين وايديولوجيـــة الدولة ، مجـــلة دراسات اعلامية ، العدد ٤٤ ، يوليو / سبتمبر ، ١٩٨٦ ص ١٢٩ .

(٢) ســـيد عويس ، حول موضوع الذاتيـــة الثقـــافية المصرية ، مرجع ســـابق ص ٥ .

(اى الحكام) والدين يرفض العنف والخروج عن النظام ، والدين يحرم البذخ والاسراف ، والدين لا يعارض تنظيم الاسرة الى غيرها من الافكار والمقولات التى تنزع من سياقها وتحورها لخدمة مصالح معنية .

كذلك ، فان الثقافة الشعبية تعلى من قيمة الاصل فتميز بين ذوى الاصول الوضيعة (الدون) وهم أولئك الذين لا ينتمون الى عائلات تحظى بمكانة أو سمعة طيبة وبين «أولاد الاصول» من ذوى الحسب والنسب(١). وتسعى قنوات الاتصال المختلفة للاستفادة من هذا العنصر الثقافى وتطويعه لصالح العملية الاتصالية فيحاول الافراد من مختلف الفئات فى تعاملهم مع الآخرين التأكيد على عراقة وسمعة وشرف العائلات التى ينتمون اليها ، كما تحاول اجهزة الاعلام الرسمية اتباع النهج ذاته حيث تفرط فى الحديث عن شرف مصر ، وعراقة مصر ، وأمجاد شعب مصر ، وبالطبع يقرن ذلك بشخص الرئيس باعتباره رمزا لمصر .

كذلك ، تمجد الثقافة الشعبية البطل والبطولات(٢) . (أبو زيد الهلالى، عنتر بن شداد ، ادهم الشرقاوى ... الخ) فتتجة اجهزة الاعلام الى اضفاء هالة من التضخيم والتالية على تصرفات القادة والزعماء ، وتخلع عليهم صفات البطولة والاحترام وتستخدم فى ذلك تعبيرات من قبيل الزعيم الملهم ، وبطل حرب اكتوبر ، وبطل الحرب والسلام ، صاحب الضربة الاولى الى غيرها من الصفات التى لها فعالياتها ووقعها فى اطار الثقافة الشعبية وهكذا .

على ان استخدام قنوات الاتصال لعناصر من الثقافة الشعبية لتدعيم عملياتها واضفاء الشرعية على ممارسات الجماعات التى تسيطر على هذه القنوات لا يعنى دوما نجاح الاتصال فى تحقيق اغراضه ، ذلك لأن انتزاع العنصر الثقافى من اطاره الطبيعى وتحويره للتأكيد على معانى معينة والتغاضى عن البعض الآخر ، يؤدى الى تشويه هذا العنصر ، واضعاف مقدرته على القيام بأداء وظائفه الأصلية التى يؤديها فى نطاق الثقافة الشعبية . فالدين الذى يحث على اطاعة أولى الأمر يقرن ذلك بمواصفات وشروط يلتزم بها الحكام ، كما أن عراقة الاصل والنسب لها أيضا معاييرها فى الثقافة الشعبية وهى اما تحقيق المكانة والملكية والثروة ، أو الشرف والاستقامة وحسن الخلق كذلك فان البطولة والزعامة لها مواصفاتها وانجازاتها غير

---

(١) محمد عبد النبى ، مرجع سابق ص ١٢٧ .

(٢) حامد ربيع ، الثقافة العربية بين الغزو الصهيونى وارادة التكامل العربى ، دار الموقف العربى ، القاهرة ، ١٩٨٣ ص ٤٦ .

العادية ، فاذا لم تتحقق هذه المواصفات ، تلاشت فاعلية استخدام العنصر الثقافى ، وهو الأمر الذى يتجاهله القائمون بالاتصال .

٣ ـ الاتصال والانتشار الثقافى (البث المباشر) :

تؤدى بناء المناقشة السابقة للعلاقة بين الاتصال والثقافة الى تناول وجه آخر لهذه العلاقة ، وهى الحالة التى يقوم خلالها الاتصال بادخال مضامين ثقافية الى بيئة غير بيئتها الاصلية ، وهى العملية التى حظيت باهتمام الباحثين وخبراء التنمية وتزايدت اهميتها فى الوقت الراهن بعد القفزة الهائلة التى تحققت فى مجال الاتصالات وسهولة اتاحة المعلومات على نطاق الكوكب الأرضى كله واستخدام اقمار الاتصالات التى تنقل ثقافات المجتمعات ذات الامكانات الاقتصادية والتكنولوجية الواسعة الى كل ركن من اركان الارض مما يترتب عليه انتشار ما يمكن ان نسميه بالثقافة العالمية على حساب الثقافات المحلية(١) .

وقد حاول « سروكن » وصف العمليات المترتبة على الاحتكاك الثقافى بين الثقافات المختلفة وحدد هذه العمليات فيما يلى(١) . :

١ ـ تتجه الأشكال الثقافية المتجانسة الى المرور بسرعة من ثقافة الى أخرى .

٢ـ تتجه الاشكال الأبسط والأكثر اهمية الى العبور بسرعة أيضا .

٣ ـ تواجه العناصر الثقافية غير المتجانسة بين الثقافة المنقولة والمتلقية صعوبة كبيرة فى الاندماج والتداخل .

٤ ـ تتصارع القيم الاكثر تناقضا فى الثقافتين ، فاذا لم تكن ذات قوة متكافئة يضعف أحداها الآخر ، بفعل استمرار الاتصال .

٥ ـ تندمج القيم وبخاصة المحايدة منها ، ولكن لا يحدث ذلك بنفس السهولة التى تندمج بها القيم المتجانسة .

وبصفة عامة يترتب على نقل العنصر الثقافى الجديد عبر قنوات الاتصال الى البيئة المحلية حدوث حالتين من حالات التكيف وهما حالة

---

(١) فؤاد زكريا وشاكر مصطفى ، الثقافة العربية ، مرجع سابق ص ٢٧ .

(١) أنظر فى ذلك :

Sorokin Pitiring, Society, Culture and Personality, Harper & Brother N.Y, 1947, . 758.

القبول أو حالة الرفض(١) . ففى حالة قبـول العنصر الثقافى الجديد تنشـأ مجموعة من العمليـات منها التعديل والتوافق والحذف والتكامل ... الخ . حيث يجرى فى مرحلة التعديل والمواءمة تفسـير السمات الجديدة وتصـورها على أسـاس منطق الثقافة القديمة فعلى ضـوئه تكون العنـاصر الجـديدة واضحة لأعضـاء الجمـاعة المتلقية ، كمـا لهـا أن تتعايش فى توافق مع الثقافة القائمة وأن تجد لها مكانا فيهـا .

ويترتب على توافق أو تلائم العنصرين الثقـافيين الى قيـام ظاهرة جديدة وهى المشـاركة أو التهجين بين الثقافتين يترتب عليها أن تنشـأ منهما ثقافة أخرى هجين تتعادل فيهـا العنـاصر الثقافية المختلفة . وبعـد مرور الوقت تحدث عمليات الحذف والتخلص من العناصر القديمة التى يكون العنصر الجديد قد ورث وظيفتها . ثم تأتى مرحلة التمثل الكامل التى يتم خلالها تذويب احدى الثقافتين واختفائها واحلال الثقافة الغـالبة محلها ، وتقع حالة الرفض بسبب عـدم المقدرة على تكامل العنصر الثقافى الجديد مع العناصر القديمة ، وعدم المقدرة على المغامرة وتقبل العنصر الوافد ، ورسوخ التقـاليد القديمة وشدة مقاومتها للاخذ بالافكار والاتجاهات الجديدة ، ووجود تمايزات وفروق اجتمـاعية ... الخ . وقد تأخذ حالة الرفض شـكل التجاهل من جانب أفراد المجتمع او الهروب المـادى والاغتراب أو قد تأخذ شـكل ثورة واضحة .

وأيا كانت نتـائج العمليات المترتبة على ادخال العنـاصر الثقافية الى البيئة المحلية ، فان الامر الاكثر اهمية هنـا هو تلك الاوضاع التى خلقتهـا تكنولوجيـا الاتصـال الحديثـة وبالذات تلك الخاصـة بالبث المبـاشر عبر الاقمـار الصـناعية والتى فى اطارها تتاح الفرصـة واسعة لثقافة بعينها، هى ثقافة تلك المجتمعات التى تملك هذه التكنولوجيا للانتشـار على نطاق لم يكن احد يحلم به فى أى عصر مضى والتواجد المستمر والمكثف والضـاغط على ثقافات أخرى محلية أصيلة ليست أمامها الا التلقى ، وتتضاءل أمامها فرص الاختيار والانتقـاء التى كانت تميز من قبل عمليـات الاتصـال الثقـافى بين المجتمعـات .

وفى ظل هذه التكنولوجيا الجديدة ، اصبح من الممكن للفرد العادى محدود الدخل خلال السنوات القلائل القادمة أن يمتلك مسـتقبلا صـغيرا للغـاية يمكنه من التقـاط ارسالا تليفزيونيا ملونا صـادرا من مكان يبعد عنـه آلاف

---

(١) جلال مدبولى ، الاجتمـاع الثقافى ، القاهرة ، دار الثقافة للطبـاعة والنشر ، ١٩٧٦ ، ص ٢٠٤ .

الأميـــال بدون الحاجة الى محطات التغذية المستعملة داخل البلدان المختلفة فى الوقت الراهن .

وقد بدأت اقمـــار البث المباشر منذ عام ١٩٨٩ أول عملها باعتبـــارها أقمارا للاتصـــالات والبث التليفزيونى ، وفى مصر استطاع قطـــاع الهندسـة الاذاعيـــة باتحـــاد الاذاعة والتليفزيون التقـــاط عـــدد من برامج قنـــوات الاقمـــار الاوربية التى تقع مصر فى نطاق اشعاعها ممـــا يشير الى امكانية استقبال بث هذه الاقمـــار وما يستجد مثيلا لها (القمر الاسرائيلى) بواســـطة هوائيـــات طبقية صغيرة رخيصة الثمن نسبيا(١) .

وقد لفتت قضـــية البث المبـــاشر وتأثيراته المرتقبة على المجتمع انتباه الكتاب والمعنيين بشـــئون الاعلام فى مصر منذ مطلع الثمانينيات(٢) واثيرت هذه القضـــية على صفحات الصحف وفى عـــدد من الجلسات والندوات العامة . بيد أن المتتبع لسير المناقشات التى دارت حتى الآن حـــول هـــذه القضـــية وما ظهر من آراء وأفكـــار حولها ، يلاحظ تضارب هذه الآراء وتباين منطلقاتها وغلبة الطابع الانفعالى بعامة عليها ، وغيـــاب التحليـــل المتعمـــق والرؤية الشـــمولية التى تضـــع القضـــية فى اطارها الصحيح . فهناك من رحب بمقدم هذا البث ، ووجد فيـــه اثراء للثقافة الانســـانية وفرصة طيبة وميسرة للاطلاع على منجزات العصر ، وهنـــاك من اعرب عن مخاوفه واثار فى ذلك قضـــايا لأمن الثقـــافى ، والغزو الفكرى والذاتية الثقـــافية التى ستتعرض للتهديد . وتناول فريق ثالث القضـــية من منظور سياسى ضـــيق واعرب فى ذلك عن غبطته لما يتيحه البث المبـــاشر من فرصـــة طيبة للتخلص من احتكـــار السلطة للمعلومات ومن الممارسات المملة لأجهزة الاعلام المحلية .

وأيا كانت الطريقة التي عولجت بهـــا قضـــية البث المباشر وتضـــارب الآراء والتصورات المطروحة حولهـــا ، فانه يمكن بلورة ثلاثة اتجاهات اساسية حول هذه القضـــية من المفيـــد مناقشة كل منهـــا قبل أن نعرض لرأينـــا فى هذا الموضـــوع .

الاتجاه الأول : وهو الغالب ، ويتحدث انصاره عن مخاطر البث المباشر على الثقافة المحلية وتتحدد الأفكار الرئيسية لدى انصار هذا الاتجاه على النحو التـــالى :

---

(١) المجالس القومية المتخصصة ، تقرير المجلس القومى للثقافة والفنون والآداب والاعلام ، الدورة الثامنة ، يونيو ، ١٩٨٧ ص ١٨٥ .

(٢) راجع على سبيل المثال تقـــارير المجلس القومى للثقافة والفنـــون والآداب ، ابتداء من الدورة الرابعة ١٩٨٢ / ١٩٨٣ وما يليها من دورات .

ان العـــــالم الآن يقف على ابواب ثورة اعلاميـــة جديدة والتى بدأت طلائعها فى البث التليفزيونى المباشر ، وهو البث الذى يمكن أن يكون فى جانب من جوانبه تطورا خطيرا للبعثات التعليمية والتبشـــيرية التى كانت فيما مضى وسيلة الاتصال الفكرى بالشعوب التى كان يراد احتواؤها فكريا ووجدانيا ، ويقوم البث التليفزيونى المبـــاشر بهذه المهمة بطريقة أعم وأسرع وأبلغ أثرا بلا حاجة الى بعثات ومبعوثين فى هـــذا المجال . ومع هذا البث سوف تكون بلادنا مستهدفة لزحف فكرى جديد من جانب الدول التى تملك الاقمار الصناعية وهو الزحف الذى يستهدف تدمير الذاتية الثقافية للمجتمعات المحلية وفرض هيمنة الثقافة الغربية(١) .

وهكذا يبدو العالم وكأنه مقبل على فصـــل آخر من فصـــول التـــاريخ الاستعمارى ، تحاول فيـــه الدول الكبرى مرة اخرى الســـيطرة على الدول الصغرى غير الصناعية والتى تعانى من مشـــكلات الفقر وندرة الموارد ، فعندما قامت الثورة الصـــناعية فى أوربا لم يكن باستطاعتها أن تستمر سوى بوجود السكك الحديدية والبواخر التى سهلت نقل المواد الخـــام من المستعمرات الى المراكز الصـــناعية والامر يتكرر مرة اخرى فى ظل ثورة الاتصـــال الراهنـــة مع الفـــارق ، فبدلا من المصـــانع ، نجد بنـــوك البيانات واجهزة الكمبيوتر هى اليوم أهم أركان العصر الجديد ، وبدلا من الســـكك الحديدية والبواخر نجد الأقمـــار الصناعية هى وسائل المواصلات الحديثة ووسائل جمع البيانات والمعلومات وتوزيعها أيضـــا وهو ما يعزز علاقات التبعية ويشـــكل صـــنوة ترسل وكثرة تتلقى دولا تزداد غنى وتقدما ، واخرى تزداد فقرا وتخلفا(٢) .

ومع أن البلدان المتخلفة ، كانت وما زالت تخضـــع واقعيـــا لســـيطرة اعلامية من جانب البلدان المتقدمة وأن حجم تدفق المواد الاعلاميـــة من جانب هذه البلدان الى الدول المتخلفة وفقـــا لتقارير اليونسكون هو نسبة ١٠٠ الى ١ اى ما يوازى مائة ســـاعة ارسال من الغرب الراسمالى تقابله ساعة واحدة من العالم النامى اليـــه ، الا أن التطور الجديد فى مجال البث المبـــاشر يحمل معـــه مخاطر اتســـاع نطاق هذه الســـيطرة الفكرية ، وفقدان القـــدرة على مقاومتها أو التحكم المحلى فيمـــا هو وافد ، مثلمـــا كان متاحا أو ممكنا على الأقل من قبل ، اذ سيجد الانســـان العربى نفسه مثلا أمام مضـــامين وافدة

---

(١) مجلس الشـــورى تقرير لجنـــة الخدمات عن موضوع نحو سياسة ثقافية للانســـان المصرى ، دور الانعقاد العادى السادس ، ديســـمبر ١٩٨٥ ص ٢٤ .

(٢) حمدى قنديل ، الأبعـــاد الدولية لاستخدامات الاقمار الصناعية ، منتدى الفكر العربى ، عمـــان ، ١٩٨٦ ص ٦١ .

تحمل قيمـا وأفكارا مختلفة بلا رقيب يعطيه ما يشـاء ويحذف عنه ما يشـاء الا نفسـه وضميره وقيمـه ومبادئه ، ولن يكون لديه اختيار أو رغبة فى منع تسلل هذه المضـامين الى بيته ، واذا كانت هذه المضـامين تصل حاليـا بطرق أخرى من خلال الاذاعات الاجنبية الموجهة ، والصحف الاجنبيـة دون مخاطر تذكر . الا أن الامر جد مختلف فى حالة البث التليفزيونى المبـاشر ، اذ ان اللغـة فى الحالة الاولى كانت عامل حاسـم فى الحـد من انتشـار تأثير هذه المضـامين فى حين أن هذا العامل يعد أقل فاعلية فى الحالة الثانية ، حيث تعد الصـورة هنـا أكثر تعبيرا من اللغة من حيث التأثير .

لقد طرأت بالفعل تغيرات حقيقـة وملموسـة فى جوانب هامة للثقافة المحلية منذ ظهور وانتشـار السينما والتليفزيون والفيديو ومن أمثلة ذلك ، ما طرأ على الفنون الشعبية وخاصة فى القرى وفى الطرز المعمارية المنتشرة فى المدن والقرى حديثا التى لا تلائم البيئـة العربيـة ولا الروح العربيـة ، وفى الأغانى والموسـيقى الحديثة وفى طرق ومظاهر السلوك اليومى للمواطنين ، المباشر ، الذى ستتجاوز تأثيراته حدود ذاته،لأنه يصبح مع الوقت والاستمرارية والالحاح واعتيـار الجمهور والمهارة الفنيـة نموذجا اصليا سرعان ما يستلهمه الجمهور المحلى(١) .

والمشـكل هنـا أن الثقافة المحلية فى وضـع لا يتيح لها التعـامل مع الثقافة الغربية الوافدة ، سواء فى نواتجها الرخيصة والمبتذلة وشديدة الاغراء التى تعكس مسالب الحضارة الغربية أو نواتجها الرفيعة شديدة الاتقان التى تعكس مظاهر تقدم هذه الحضارة ، فنواتج الحالة الاولى غير ملائمة ، وشيوعها مجلبا يهدد مسيرة التنمية ، وفى الحالة الثانية تعجز إمكانيات الثقـافة المحلية عن التعامل مع هذه النواتج ، والنتيجة الحتمية هى اعاقة مسيرة النمو الذاتى للثقافة المحلية ، وصـعوبة الاعتمـاد على الذات فى الميدان الثقافى وتفشى حالة الاغتراب بصـفة عامة لدى الافراد فى المجتمعات المتخلفة .

كان ما تقدم هو مجمل وجهـات نظر الاتجاه الذى يتحدث عن مخـاطر البث المبـاشر ، وواضـح من سياق العرض أن هذا الاتجاه يجمع فى بوتقه واحدة أنصار مدرستى الانتشار والتبعية ، ورغم تباين منطلقات كلا المدرستين الا انهمـا معا يتجاهلان مناقشة الواقع الموضوعى المحلى وآليـات التعرض المحلى للمضـامين الوافدة أو المنتشرة ، فليس ثمة اهتمـام مثلا لدى أنصار

---

(١) فريدة النقاش ، حول اشكال التبعية الثقافية والاعلامية ، الحلقة الدراسـية الثالثة لبحوث الاعلام ، مرجع سـابق ص ١١ .

المدرستين لفهم السلوك الاتصالى للافراد فى المجتمع المحلى أو طرق تعاملهم واستخدامهم لأجهزة الاتصال بعامة ، كما لا يلق بالا للقدرات المتاحة لدى الأفراد فى المجتمع المحلى للتعامل مع المضامين الوافدة أو للعمليات الانتقائية التى يقومون بها ، والتى تفترض أن الأفراد لا شعوريا وفى اطار واقعهم الثقافى والاجتماعى الخاص يميلون الى تجنب أو تجاهل او تحريف أو نسيان مضامين معينة من أجهزة الاعلام وفضلا عن ذلك يتجاهل انصار هذا الاتجاه ، الحديث عن موقف أجهزة الاتصال المحلى ازاء البث المباشر ، واكتفوا فى ذلك بالحديث عن ضعف هذه الاجهزة وتبعتها .... الخ .

وأيا كان الأمر ، فان ما يهمنا هنا هو مناقشة المسلمات التى ينطلق منها انصار هذا الاتجاه فى تأكيد مخاوفهم من البث المباشر ، وأول هذه المسلمات ، هو التفوق الثقافى الغربى الذى يخشى منه على الثقافة المحلية ، وهذا أمر يصعب التسليم به فاذا كانت المجتمعات الغربية قد حققت تفوقا هائلا فى مجالات الاقتصاد والتكنولوجيا ، الا أن تفوقها فى المجال الثقافى والاجتماعى محل شك ، حيث تعايش هذه المجتمعات مشكلات اجتماعية وثقافية بالغة الخطورة ، ليس أقلها ما تعانيه من حالات اغتراب وانحلال أخلاقى وتفسخ أسرى ... الخ . ومن هذا المنظور الاجتماعى ، يمكن القول أن العديد من مجتمعات العالم الثالث ومنها المجتمع العربى يتفوق حضاريا على الغرب ، فالمرأة المصرية مثلا ، تستطيع أن تسير فى شوارع القاهرة بعد الساعة الثانية عشر ليلا وهى آمنة فى حين أن المرأة الغربية لا تستطيع أن تفعل ذلك فى شوارع نيويورك أو أية عاصمة أوربية أخرى ، كما أن بنية المجتمع العربى رغم ما أصابها من تشويه ، الا أنها فى جوهرها ما زالت متماسكة وقوية وقادرة على العطاء والتحدى وتنعكس هذه الصلابة فى وقت الأزمات والشدائد(*) .

وثانى هذه المسلمات ، هو أن التليفزيون أشد خطرا وأكثر تأثيرا من أساليب الاتصال الاخرى ، وهى مسلمة مشكوك أيضا فى سلامتها ، فضلا عن عموميتها ، ذلك أن التليفزيون لا يتحدد تأثيره بقدرته فقط على تقديم الصوت والصورة ، ولكن بعناصر ومتغيرات عديدة ليس أقلها النظرة الثقافية للجمهور الى التليفزيون والظروف المحيطة بانتاج وتلقى المضمون ، والثقافة الشعبية السائدة التى فى اطارها تفهم المعانى ودلالات المشهد التليفزيونى ... الخ .

(*) تأمل مثلا حالة الشعب المصرى فى حرب أكتوبر ١٩٧٣ ، والبطولات التى قدمها وما يزال الشعب اللبنانى والفلسطينى والعراقى ... الخ .

وترتبط ثالث المسلمات التى ينطلق منهـا انصار التخويف من البث المباشر ، بالمسلمة السابقة ، حيث يأخذ انصار هذاالاتجاه بنموذج (المثير ـ الاستجابة) والتاثير المباشر والفورى للمضامين الاعلامية ، فعندما يكون هناك رسالة اعلامية يكون التاثير ، وهى التصورات التى كانت سائدة منذ ثلاثينيات واربعينيات هذا القرن ، وتجاوزتها بمراحل البحوث والنماذج النظرية الراهنة(١) .

الاتجاه الثانى : ويشير الى هؤلاء الذين عبروا عن ترحيبهم بالبث المباشر . ويمكن بلورة موقف هذا الاتجاه على النحو التالى :

ان الاهتمام بالتراث الانسانى ضرورة ، وان المجتمع ينبغى أن يتجه الى اثراء ثقافته بالاطلاع على النماذج الفريدة والانتاج الفكرى الانسانى فالعلم لا وطن له ، وان الحضارات المختلفة نقلت عن بعضها البعض سواء عن طريق الغزو فى اكثر الأحيان أو عن طريق اقتباس أفكار وتقنيات نافعة . واذا كانت الثقافة العربية تأخذ اليوم من الثقافة الغربية ، فان الثقافة الاخيرة ذاتها لم تتحرج يوما فيما مضى من استخلاص دعامتها الاساسية من الحضارة العربية بعبارة اخرى ، فان العلاقة بين المنطقة العربية بالذات وبين المغرب ، اعقد من أن تكون مجرد ازدواج حضارى ، وانما هى علاقة تداخل وتشابك وثيق لا خوف منه أو تهرب من ملاقاته(٢) .

فالتلاقى والاختلاط الثقافى فى صالح ثقافتنا وليس ضدها ذلك أن الثقافات الغربية ، تتميز حاليا بجانبها العقلى من حيث ان هذا الجانب قد ازدهر فى ميادين العلم والتكنولوجيا وقدم لاصحاب هذه الثقافات منجزات سهلت عليهم الكثير من أمور حياتهم ، ولكن هذه الثقافة لم تقدم لأصحابها المعايير المستمدة من القيم الدينية والتى تحول بينهم وبين استثمار هذه المنجزات فى الاضرار بغيرهم ، ويعنى انخراطنا من خلال البث المباشر أو خلافه على هذه الثقافة تدعيم هذا الجانب الذى يضعف فى ثقافتنا العربية ونحتاجه بشدة فى مرحلة النهوض وهو التربية العقلية وتدعيم مركز العقل ، فاذا تحقق لنا ذلك ، فضلا عن ما تتميز به ثقافتنا الأصليةمن جوانب روحية وأخلاقية فان عناصر القوة والتقدم ستعاد الى هذه البلاد(٣) .

---

(١) راجع الفصل الرابع الجزء الخاص بتطور بحوث التاثير من هذا العمل .

(٢) فؤاد زكريا ، آراء نقدية فى مشكلات الفكر والثقافة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٧٥ ص ٢٨ — ٢٩ .

(٣) محمد احمد خلف الله ، الدين كركيزة للثقافة العربية ، الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الاعلام ، مرجع سابق ص ١٠ .

لقد اتجهت أمم كثـــيرة للانفتـــاح على الغرب ، وحافظت مع ذلك على ثقافتها ، واليابان والصـــين والهند وغيرها أمثلة على هذا ، فاليابان رغم انفتاحها الشـــديد على الغرب بعد هزيمتها فى الحرب العالمية الثانية ، الا أن المجتمع اليابانى لا يزال له خصوصياته الثقـــافية التى تميزه عن المجتمعـــات الغربية وتمكن هذا المجتمع بفضل قدرته المتميزة على المزاوجة بين الأصـــالة والمعـــاصرة من تحقيـــق تقدما هائلا أدهش الغرب المنتصر ذاته وأجبرة على احترام ارادته(١) .

ويرى أنصـــار هذا الموقف انه لا مبرر للمخاوف القائلة بأن الغرب بفضل سيطرته على تقنيات الاتصال الحديثة سيقوم بتصدير أسوأ ما عنده خـــلال البث المباشر . وليس العقلانية والرشادة العلمية التى اقاموا عليهـــا تقدمهم وتحتـــاج لهـــا بلادنا ، وحجتهم فى ذلك لا تخلو من وجاهة فبافتراض أن ما سيصدره الغرب خـــلال الافلام والمسلسلات التليفزيونية هو شرب الخمر ومعانقة الرجال للنســـاء ، والعرى والمجون والانحلال والفساد والعنف بكل صوره واشـــكاله وغيرها ، فان من شأن ذلك أن يدفع نحـــو مزيدا من التطرف والغلو الدنيى ، ومزيدا لمعـــاداة الغرب ، ونموا للحركة الاسلامية المناهضة لكل ما هو غربى ، وهو ما لا يريده الغرب أو يسعى اليـــه ، وبالتالى ، فان المتوقع والاقرب الى التصـــور ، هو أن ينصرف الغرب من منظـــور التفوق والمصلحة ، فيسعى الى كسب رضـــاء الشعوب الاخرى من أجل ايجاد منافذ لتوزيع بضـــاعته وسلعه .

على أن باعثا آخر للترحيب بالبث المبـــاشر، يكمن فى التأثير على الطريقة التى كانت وما تزال ، تستخدم بها الصـــفوة الســـياسية أجهزة الاتصـــال المحلية ، فهذه الاجهزة ، اصبح لا هم لها سوى الدفاع عن مصالح هذه الصفوة وفى اطار ذلك يتم اخفاء أو تحريف أو تشويه المعلومات والاحداث ، وأول تأثير للبث المباشر هو فك احتكار السلطة للمعلومات ، وانعدام فاعلية اخفـــاء أو تمويه أو تسطيح المواد الاخبارية المقدمة الى الجماهير من أجهزة الاعلام المحلية أو محاولة هذه الاجهزة تبرير تصرفات معينـــة واضـــفاء هـــالة من التعظيم والتفخيم والتأليه على القيـــادات الحاكمة ، وهذا فى صالح الجماهير ، وفى صالح بلورة رأى عام واعى ناضج ، يستطيع التغيير والعمل فى اتجاهه .

---

(١) للمزيد من التفاصيل حول التجربة اليابانية فى الحفاظ على تراثهـــا انظر :

ادوين رايشاور ، اليابانيون ، ترجمة ليلى الجبالى ، عالم المعرفة ، الكويت ١٩٨٩ .

كمـا قد يؤدى البث المباشر ، الى تنشيط قنوات الاتصال والثقـافة المحلية ، للقيـام بمهامها بصـورة افضل ، والرد على ما قد يحدث من آثار سلبية او مضامين مضللة وافدة ، وفرصتها فى ذلك افضل بفعل متغيرات اللغة المحلية والتقـارب الثقافى ... الخ . وهذا كله من شأنه أن يساعد على التدعيم الثقافى وتقوية البيئـة الثقافية أكثر من تهديدها كمـا يفترض أنصار التخويف والغزو الثقافى .

ومع وجاهة هذه التحليلات ، وروح التفاؤل التى نلمسها بصـفة عامة لدى انصـار هذا الاتجاه فى تناولهم لقضية البث المباشر ، الا أن ثمة تحفظ على بعض المسلمات والافكـار التى يسوقها هذا الاتجاه ، وأول هذه الافكار هى القول بأن العلم لا وطن له ، ومن ثم يمكن الاستفادة من منجزات وروائع الحضارة الغربية فى مجالات العلوم والفنـون والآداب ... الخ . لانها اصبحت ملكـا للبشرية جمعـاء ، والواقع ان العلوم وبالذات الانسـانية منها والفنون والآداب لها أوطانها ، وانها نتاج لمصـالح واهتمامات وأيديولوجيات هـذه الأوطان ، وان دور ووظيفة هذه العلوم والفنون تختلف فى المجتمعات البشرية وفقـا لاختلاف الظروف الحضارية لكل مجتمع . وفى ذلك يذكر «عادل حسين» ان الزعم بعالمية العلوم الغربية لا يستند الى مشروعية معرفية أو تاريخية ، واذا كنـا نعترف بأن الغرب انشأ مدارس ممتازة بمعايير بيئتها وظروفهـا ، الا اننا هنـا نواجه اسـئلة غير اسئلة الغرب وظروفا غير ظروف الغرب ، وفضلا عن ذلك ، فان العلوم الغربية لا تعبر عن مضمون معرفى مختلف وحسب، ولكنها علوما غير محايدة ومعادية لنا ايضا(١) .

كمـا ان القول بأن الحضـارات المختلفة قد اخذت من بعضها البعض ، وان الغرب ذاته قد اخذ من الحضارة العربية من قبل ... الخ . قول لا ينطبق على حالتنـا الراهنة ، ذلك أن اقتباس الحضارات من بعضها البعض كانت تحكمه ارادة المقتبس . فقد اطلع العرب على الحضارة اليونانية واخذوا منها ما شاءوا وتركوا ما شاءوا ، كذلك فعل الاوربيون مع الحضارة العربيـة . وحتى بعثات محمد على الى اوربا كانت موجه وارادية ، وعندما جاء الاحتلال الانجليزى ظل محصورا ومقاوما وينظر اليه على انه كذلك ، هـذه الارادة اصبحت مفتقدة فى حالتنـا الراهنـة فليس امامنـا حياد وانما فرض وهيمنة ومحاولة املاء رؤى وتوجهات بعينها فى ظل أوضـاع سياسية واقتصـادية واجتمـاعية بالغـة السـوء ولا تشـجع على المقـاومة والتحدى وهـو

---

(١) عادل حسين ، النظريات الاجتماعية الغربية قاصرة ومعادية ، فى اشـكالية العلوم الاجتماعية فى الوطن العربى ، مؤلف جماعى ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، ١٩٨٤ ص ٢٥٨ .

ما يتجاهله انصـــار هذا الاتجاه صحيح ان الثقافة المحليـــة كانت وما زالت صلبة وقوية ، كمـــا يرى انصـــار هذا الاتجاه ، ولكنها تعانى حاليـــا وضـــع الازمة بفضـــل مايحيط بها من متغيرات مجتمعيـــة ، يجعلها عاجزة عن الاداء ويضعها فى موقف الاستسلام . وهـــذا هو مكمن الخطـــورة فى قضية البث المبـــاشر .

واذا كان بعض انصار هذا الاتجاه يعبرون عن اغتباطهم من تاثير البث المباشر على الطريقة التى توظف بها السلطة السياسية اجهزة الاعلام ، وفقدان اهمية سيطرة الصفوة الحاكمة على هذه الاجهزة ، فضـــلا عن اجبار اجهزة الاعلام على تعديل ادائها المل الراهن ، الا ان القضية تحتمل الوجه الاخر ايضـــا مما يقلب هذه الســـعادة الى اسف بالغ ، ذلك ان حاجة السلطة الى اجهزة الاعلام المحلية مع البث المباشر ، سوف تتزايد اكثر من ذى قبل ، لرغبتها فى استخدام هذه الاجهزة كســـلاح للتبرير والدفاع والمساندة ازاء ما قد يفد عبر البث المبـــاشر من مضـــامين ومعلومات معادية للسلطة الحاكمة الامر الذى يحمل معه المزيد من السيطرة والتوجيه التى تفرضها السلطة عن اجهزة الاعلام المحلية وليس العكس كما يفترض انصار هذا الاتجاه .

الاتجاه الثالث : يأخذ انصـــار هذا الاتجـــاه ، وعلى نقيض الاتجاهين السابقين موقف التهوين من قضية البث المباشر ، ولا يجدون من هـــذا البث جديدا يستأهل كل هذا النقاش والمخاوف والترحيب ومنطقهم فى ذلك يتحدد فيمـــا يلى :

ان الاقمـــار الصناعية للاتصالات لا يمكن ان تقـــوم بالمعجزات فهى فى حقيقة الامر مجرد محطات للاستقبال والبث معلقـــة فى الفضـــاء ، اى انهـــا محطات للتقوية تنقل البث الى مستوى ابعد مما يمكن للشـــبكات الارضـــية ان تنقله ، وان تجارب الماضى وكذا المشاهدات الواقعية والاحتمالات المستقبلية جميعها تشـــير الى ان الاستخدام التليفزيونى لاقمـــار الاتصـــالات يقتصر فى الاغلب على نقل الاخبار والاحداث الرياضية ، وان هذين اللونين من البرامج يصلا بالفعل حاليـــا عن طريق الراديو . وان اهتمام البث المبـــاشر بالبرامج الاخرى وبالذات التربوية او الثقافية يتطلب طاقة انتاجية هائلة ووقت طويل وميزانيات كبيرة ، وهذا ابعد ما يكون عن عقلية وتفكير الدول الكبرى لسبب بسيط هو ان هذه الدول تحكم اســـاسا حصارها الســـياسى والاقتصادى بل والثقافى ايضـــا على الدول الاخرى ، وان المزيد من هذا الحصار من خلال البث المباشر ، على ما يتطلبه من نفقات هائلة ، سيعد تحصيل حاصل .

ان هذه المخاوف التى تثار حاليـــا حول البث المباشر ، اثيرت من قبل عند

ظهور الراديو والتليفزيون ثم الفيديو وتصـــور الكثيرون مع بدء الارســال التليفزيونى انه مارد جبار وان فيه نهاية العالم ، واتضـح عكس ذلك ثم تكرر نفس الموقف مع دخول الفيديو(١) وبافتراض ان التليفزيون المباشر سوف يقدم مضامين هابطة وخارجة ولا تتلاءم مع تقاليدنا وثقافتنا ، فان التليفزيون المحلى يقدم بالفعل مثل هذه المضـامين ، منذ السبعينيات من هـذا القرن(٢) ورغم ذلك ومع تواجد روافد اخرى عديدة للثقافة الخارجية كالبعثات الخارجية . والافلام الاجنبية والمسلسـلات والبرامج الاذاعيـة والتليفزيونيـة والكتب والموسيقى والاغانى الاجنبية ، فقد عجزت هذه الروافد حتى الآن على التاثير بفاعلية على الثقافة العربية المحلية او النيـل منها وتمس هويتهـا ، والبث المباشر لن يكون اقوى فاعلية من كل هذه الروافد .

واذا كان ثمة بعض المؤثرات للثقافة الغربيـة قد بدات بالفعل تظهر فى الواقع الثقافى المحلى بفعل هذه الروافد الاجنبية ، الا ان الرد على ذلك يتحدد فى ان هنـاك بعض العناصر الثقافية تقبل التغيير والتبديل بسرعة والبعض الآخر غير قابل لذلك ، وهذه نقطة مهمة ذلك لان حصـاد الاختلاط بالثقـافة الغربية وحصـاد عهود طويلة من التبعية والنقل من هذه الثقافة ، فان بعض جوانب السلوك والقيم الثقافية هى التى تتغير فى حين ظل الجانب الاكبر من انمـاط الحياة ، كمـا هو وكمـا كان يعايشـها قدماء المصريون(٣) ، وقد اقتصرت هذه المظاهر التى شهدت بعض التغيير على الجوانب الخاصة بالزى واللباس وبالطعام وبعض الانشـطة الفنية وضروب السلوك المختلفة ، وحتى تلك المظاهر ، محل نقد ومراجعة ورفض حاليـا من جانب تيار كبير من الافراد فى المجتمع (الجمـاعات الاسلامية) ومطالب هذه الجماعة فى مجال النقاب وارتداء الجلباب ، وعدم الالتزام بما يفرضه القانون وجوب اثبات الزواج فى محرر رسـمى والهجرة من المجتمع الذى اصابه الكفر ... الخ . وبخلاف ذلك بقيت عادات وتقاليـد وعقائد دينيـة هى هى دون تغيير وبالذات تلك العناصر الدينية التى ورد فيها حكم او نص قطعى من كتـاب اللـه وسـنة رسـوله ﷺ .

ومع كل ، فان المضـامين الوافدة سعيا منهـا لنيل المصداقية والتاثير لدى الافراد المحليين ستجد نفسـها مضطرة لمراعاة الواقع الثقافى السـائد ،

---

(١) جيهان رشتى ، حديث منشـور بجريدة الوفد .

(٢) على فهمى ، الاعلام والثقافة فى مصر ، الحلقة الدراسـية لبحوث الاعـلام ، مرجع سابق ص ٢٢ .

(٣) سيد عويس ، حول موضوع تاكيد الذاتية الثقافية ، مرجع سـابق ص ١٤ .

فهي ستعتمد على هــذا الاطار من أجل تحقيق القبول لما تبثــه من مضــامين يراد زرعها فى البيئة ، ويؤكد ذلك ، اهتمــام الاذاعات الاجنبية الموجهة مثل مونت كارلو ، وهيئـــة الاذاعة البريطانية ، والاذاعة الاسرائيلية وغــيرها بالجوانب الدينيــة والاحتفــال بالمناسبات الدينية الخاصـــة كالعيدين ورؤية الأهلة ومطلع الشهور الهجرية واستخدام المأثورات والأغانى الشعبية المحلية فى برامجها ، وذلك كله بغية جذب المستمع والتأثير عليه وكسب مصــداقيته ادراكا منها بأن ادنى شك من جانب المتلقى تجاه هــذه الاذاعات او انتماءاتها واغراضــها سوف يجعل منهــا عديمــة الفــائدة أيا كانت درجة جــودة مضــمونها .

وباختصــار تبدو العملية لدى انصار هذا الاتجاه على النحو التالى :

ما من مادة اعلامية تتجه لمخاطبة العقل الوجدانى الانســانى الا وتحمل رسالتها ايديولوجيتها الضمنية معلنة أو خفيــة ، وهى الايديولوجية التى تعبر فى خاتمة المطاف عن مصالح هذه الايديولوجية التى تعكس ورائهــا مصــالح معينــة تتجه لمخاطبة جمــاعات أخرى ومصـــالح قد تتفق أو تختلف معهــا وفى حالة الاتفــاق فليس ثمة مشــكلة ، أما فى حالة الاختلاف فالاحتمال الاقرب الى التصــور هو الا تقف هذه الجماعة المتلقية موقف اللا مبالاة والاستسلام وانمــا تنهض تلقــائيا للدفاع عن مصالحها بوســائل مختلفة سواء بالرفض والاستنكار لمــا هو معروض ومحاربته والرد عليه أو بالتعامل معه بلا مبالاة والفرجة عليه مما ينفى أية مخــاوف من تأثيرات محتملة لقنوات البث المبــاشر على الثقافة المحلية .

وواضـــح من السياق درجة التهوين المفرط لدى انصار هذا الاتجــاه من تأثيرات الاتصــال ، وتجاهل اثر السيطرة على عملياته من جانب نخبــة معينة « دولا أو جمــاعات » واستخدامه فى تزييف وعى الآخرين(١) وبالذات اذا كان هؤلاء يعانون من مشكلات الفقر والجهل ، وتدنى الحس النقدى ، مثلمــا هو الحال لدى الغالبيــة العظمى من ســكان البلدان العربيــة . فضــلا عن تجاهل التأثيرات التراكمية والممتدة وغير المباشرة لعمليــات أجهزة الاعــلام على رؤى ومعارف وتصورات الافراد فى المجتمع المحلى واذا كانت مخاطر أقمار البث الأوربى ، يمكن التهوين من مخاطرها على حد تصور انصار هذا الاتجاه ، الا انه يصعب من المنظور الاستراتيجى للبلدان العربية التهوين من أثر القمر الاسرائيلى وبثه التليفزيونى المرتقب .

---

(١) لمزيد من التفاصــيل انظر :

عبد الباسط عبد المعطى ، الاعلام وتزييف الوعى ، القاهرة ، دار الثقافة الجــديدة ، ١٩٧٩ .

وأيا كانت الاتجاهات والمواقف حول قضية البث المباشر فالثابت ، اننا ازاء تحدى حضارى جديدا بالغ الخطورة علينا الاستعداد له ومواجهته بكل همة وعزيمة واصرار ، والا فان العواقب وخيمة فى عالم متغير لا يعرف سوى لغة القوة .

ان القضية لا تكمن فى خطورة او عدم خطورة البث المباشر او هل هذا البث يفيدنا أم يضرنا ، اوهل نرحب بالثقافة الغربية أم نرفضها ؟ وانما القضية تكمن فى مدى قدرتنا على التعامل وشروط هذا التعامل مع الآخرين ، ذلك أن سيادة روح الانهزامية الراهنة والتعامل بلا مبالاة مع التطورات الجديدة فى مجال الاتصال ، يحمل معه مخاطر ضياع الهوية وفقدان القدرة على الابداع الذاتى ، والمبادرة وبالتالى الاستسلام للآخرين .

لقد اصبح من المستحيل فى ظل التطورات الجديدة فى مجال الاتصال الدعوة للانعزال عن العالم الخارجى ، فهذا اصبح امرا بالغ الصعوبة شئنا أم أبينا ، ولكن ما ندعو اليه حاليا هو الحاجة الى تدعيم قدرتنا على التعامل مع الآخرين ووضع قواعد للعلاقات معهم كى نمنع تحول التعامل الى سيطرة من جانب طرف على آخر ، وأول ما يتطلبه ذلك ، هو تحرير الارادة السياسية والاقتصادية اولا ، فمهما بدا لنا أن المشكلة ثقافية ، فان التصدى لها — فى رأى — يبدأ على المستوى السياسى والاقتصادى ، ففى ظل مناخ سياسى واقتصادى يتمتع فيه ا لاجنبى بامتيازات لا يتمتع بها أبناء البلد ، ويمجد فيه كل ما هو أجنبى ، لا بد أن يرسخ فى الشعور العام احترام مبالغ لكل منجزات الاجنبى المادية والفكرية(١) . وفى ظل مثل هذا المناخ يسهل على الأجنبى أن يبيع بضاعته المادية والفكرية على انها انتاج انسانى عام أو ثمرة التقدم التكنولوجى المادى الذى لا ينتسب لحضارة دون اخرى أو لثقافة بعينها دون غيرها ومن ثم يسهل اخفاء تحيزات الاجنبى الخاصة وميوله ونزعاته التى تطبع انتاجه المادى والفكرى على السواء ، ويقبل العربى على المضامين الاجنبية دون مساءلة كما يقبل المستهلك العادى على البضائع المستوردة دون أن يتساءل عن جدواها ، ولن يصلح فى مثل هذا المناخ الحجج التى يثيرها انصار التهوين من البث المباشر وبالذات تلك المتعلقة بقوة الثقافة المحلية وقدرتها على الفرز والتطويع ... الخ فهذا ابعد ما يكون فى مناخ سياسى واقتصادى تابع وتعوزه الارادة او الثقة بالنفس ولنضرب مثلا بسيطا : لنفرض او هذا هو المتوقع أن تلجأ الدول المتقدمة

---

(١) جلال امين ، بعض مظاهر التبعية الفكرية فى الدراسات الاجتماعية فى العالم الثالث ، فى اشكالية العلوم الاجتماعية فى الوطن العربى ، مؤلف جماعى ، مرجع سابق ، ص ٢٤١ .

الى استغلال البث المباشر فى تكثيف الاعلانات التجـارية الموجهة الى البلدان الاخرى بهدف التوسع التجارى وترويج سلعها ومنتجاتها لدى شعوب هـذه البلدان ، وزيادة المستورد منهـا ، ولكن ما جدوى هذه الاعلانات اذا كان ثمة سياسية اقتصـادية صارمة تمنع استيراد هذه المنتجات ، أو فرض رسوما جمركية فادحة عليها وتشجع المنتج المحلى ، فى مثل هذه الحالة تصبح الاعلانات عديمة الفائدة بمنظور العائد الاقتصـادى . وبمنطق العقلانية والرشـادة ، والمكسب والخسارة الذى يحكم تصرفات الغرب عموما ستتوقف نشر هـذه الاعلانات عبر موجات البث المباشر .

وهكذا ، لا يمكننا الدخول فى تحدى حضارى أو ثقافى من نوع البث المباشر الا اذا اقترن بجهد مماثل من جانبنا على المستوى السياسى والاقتصـادى ، والجهد على هذا المستوى له ركائز ومتطلبات وأولها ، الديمقراطية الحقيقية وبأوسع معانيها ، وقيـادة سياسية واعيـة ومقاتلة ، وتوزيع عادل للثروة والاعباء على الافراد فى المجتمع ، ومشروع حضارى متكامل وغير متحيز ويحظى بالقبول والتأييد الشعبى هـذا على المستوى السياسى الاقتصادى .

وعلى المستوى الاعلامى ، تبدو اكثر اخطار البث المبـاشر واضحة على طريقـة اداء اجهزة الاعلام المحلى ، وقد أوضح البعض ان على هذه الأجهزة أن تطور من مضامينها وطريقة ادائها ، وتعمل بكافة السبل لجذب انتباه المتلقى وشدة الى برامجها بعيـدا عن البث الخارجى(١) . ونعتقد أن هذا هو التوجه السـائد حاليـا لدى المسئولين والعاملين فى المجـال الاعلامى ، والاستعداد يجرى على قدم وساق فى هـذا الاتجاه كوسيلة لمقـاومة البث المباشر ، وهـو توجه نراه بالغ الخطورة ، ويضر بمسيرة التنمية المستقلة ، فضـلا عن عـدم جدواه ، بالنظر الى الصـورة الذهنيـة الراسخة لدى الجمهور عن أجهزة الاعلام الرسـمية ، وضعف الامكانيات المادية والفنيـة لهذه الأجهزة .

وتتحدد خطورة هذا التوجه ، فى ان النزول الي مستوى الجمهور والعمل على جذب انتباهه بكافة السبل بعيـدا عن البث المباشر ، يفرض على أجهـزة الاعلام ، العمل على تحضير المتلقى ذهنيا وعاطفيا من خلال استعمال المقدمات والافتتاحيات والالحـان المثيرة كنوع من الجذب واستخدام المنبهات التى تعمل على شد انتباه الافراد كالعناوين الصحفيـة المثيرة والوان الطباعة والتصميمات والرسـوم المصاحبة والبرامج الشعبية والافلام الخيالية ... الخ . باختصار

---

(١) راجع على سبيل المثال ، توصيات المجلس القومى للثقافة والفنـون والآداب والاعلام ، الكتاب رقم ١٨١ ، الدورة السـادسة ، يونيـو ، ١٩٨٥ ص ٢٠٢ .

ستتجه هذه الاجهزة الى تقديم كل ما يجد هـوى لدى الجمهور ، وهـذا يعنى التخلى عن الجدية والموضوعية التى ندعوا لها فى الممارسة الاعلامية واتجاه الممارسة الاعلامية نحـو المزيد من الاثارة والالـوان الصـارخة والمؤثرات الموسيقية والمضـامين الترفيهية والرخيصة ، وانخراط اجهزة الاعلام المحلية ، فى مارسة من هذا النوع ، يعنى خروجها عن دورها الريادى والمتوقع فى الاخذ بيـد الجمهور من حالة الركود والانحدار والاستسلام الى حالة العمل والانجاز والطموح وعجزها عن المساعدة فى دعم المشروع الحضارى المشـار اليـه آنفـا .

والمدخل للخروج من هـذا المأزق ، كما هو الحال على المستوى السياسى الاقتصـادى ،له ركائز ومتطلبات ايضـا اهمها :

١ — العمل الجماعى العربى فى المجال الاعلامى ، فاى دولة عربية ، مهما كانت قدراتها الذاتية لن تستطيع بمفردها مواجهة آثار البث المبـاشر ، ويتطلب هذا العمل الجماعى المشترك ازالة كافة القيـود والعقبات التى أعاقت حتى الآن تحقيق الاستفادة الكاملة من القمر الصناعى العربى (عربستات)(١). والعمل على تطوير هذا القمر تكنولوجيا ، ليتوافق مع نوعيـة البث المبـاشر الصالح للاستقبال بهوائى صـغير قطره من ٦٠ سـم الى ٩٠ سم ، ومن شأن ذلك ، شغل حيز القنوات الفضائية الذى تحدده الاتفاقيـات الدوليـة للمنطقة العربية ، وعدم تركها للاقمـار الاجنبية وبالتالى القدرة على مواجهـة آثار البث المبـاشر الاجنبى ، ودعم الانتـاج الذاتى للمـوارد الاعلاميـة اى الانتـاج الذى تتولاه هيئـات ومؤسسات قوميـة ومحلية وتنشـيط عمليـة تبادل وتسـويق الانتاج الاعلامى بين المجتمعات العربية مما يوفر التمويل الكافى لتطوير وانتاج برامج راقيـة تستطيع الدخول فى منافسة مع البرامج الوافدة

٢ — العمل على كسب ثقة الجمهور بأجهزة الاعلام المحلى ويتأتى ذلك ، من خلال البعد عن الذاتية المفرطة فى معالجة المضـامين الاعلامية ، والاتجاه نحو العرض والتحليل الموضوعى للمشـكلات بمايسـاير والقمة المعـاش ، ويتفق مع احتياجاته والكف نورا عن أخبار المجاملات والبروتوكولات وتضخيم وتأليه البعض بلا مبرر او محاولة اخفاء الحقائق وتزييف الوعى بها ، حيث لم يعد هنـاك مجال لمثل هذه الممارسة فى الوقت الراهن .

٣ — العمل على تحقيق المشاركة والتكـامل بين قنـوات الاتصـال الجماهيرى الرسـمية وبين قنوات الاتصال الشخصى فى المنـاطق المختلفة .

---

(١) للوقوف على العوامل التى اعاقت الاستفادة الكاملة من هذا القمر ، راجع مناقشات الندوة التالية : القمر الصناعى العربى بين مشكلات الارض وامكانيات الفضـاء ، منتدى الفكر العربى ، عمـان ، مارس ١٩٨٦ .

ومن شأن ذلك سـد الفجوة الحالية بين هذه القنوات ، والتى يمكن أن تنفذ منهـا المضـامين الوافدة ، وقد يبدو أن تحقيق مثل هذا التكامل عملية صعبة، ولكنهـا ممكنة ، من خلال توفير منـاخ الحرية ، وحق الاتصال ، والتفاف الأفراد حول هدف قومى يسعون الى تحقيقه ... الخ . وسوف نسعى خلال العمل الميدانى القـادم الى تلمس امكانية تحقيق مثل هذا التكامل على ارض الواقع .

الفصل السادس

حـــول إجراءات العمل الميداني

الفصـــل الســـادس

حـــول اجراءات العمل الميدانى

نحاول فى هذا الفصل ، تحديد اهداف الدراســـة الميدانية وتســـاؤلاتها والاساليب المنهجية المستخدمة لانجازها بالاضـــافة الى تقديم وصف عـــام لمنطقة البحث محل الدراسـة وهى احدى القرى المصرية ، وبيان دوافع اختيار هذه القرية وبعض الخصـــائص المميزة لها من حيث الموقع ، وعدد الســـكان والنشـــاط الغالب ومؤسسات الخدمات المتوافرة بهذه المنطقة ... الخ .

١ ــ اهداف الدراســـة الميدانية :

(أ) وصف وتشخيص بنية الاتصال الراهنة بالقرية المصرية وتحـــديد مكونات هذه البنية والتغيرات التى طرأت عليها والعوامل الفاعلة فى هذا المجال .

(ب) قيـــاس درجة اعتماد القرويين على أنماط الاتصال المختلفة وقدرة كل نمط على تزويدهم بالمعارف والمعلومات المختلفة .

(جـ) الوقوف على مـــدى تغلغل ادوات الاتصـــال المختلفـــة بالقرية ، واسلوب تعامل القرويين مع هذه الأدوات ورؤيتهم لها .

(د) الكشف عن فاعلية أســـاليب الاتصـــال المختلفة بالقرية ، وتحديد مراكز وادوار كل منها على ضوء التغيرات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية التى عايشها الريف المصرى فى السنوات الأخيرة .

(هـ) الكشف عن مجالات التاثير التى احدثتها تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الجوانب المادية وغير المـــادية فى الثقافة الريفية .

(و) استشراف رؤية مستقبلية لواقع العمليـــة الاتصـــالية فى القرية المصرية ، على ضوء معطيات الواقع الراهن واحتمـــالات التغيير المســـتقبلية .

٢ ــ تســـاؤلات الدراســـة :

وتطرح هذه الاهداف مجموعة من التساؤلات يسعى العمل الميدانى الى توفير اجابات محددة عليهـــا ويمكن بلورة هذه التســـاؤلات فيمـــا يلى :

١ ــ ما هى المكونات الحالية لبنية الاتصال فى القرية المصرية ؟ وما مدى تأثر هذه البنيـــة بالتغيرات التى طرأت مؤخرا على القرية المصرية ؟ ؟

وينبثق من هـــذا التســـاؤل الرئيسى مجمـــوعة التســـاؤلات الفرعيـــة التـــاليـــة :

(ا)ما هى اشـــكال واساليب الاتصـــال المختلفة بالقرية المصرية ؟

(ب) ما هى ادوات الاتصـــال الاكثر رواجا وانتشارا بين القرويين ؟

(جـ) كيف يتعامل القرويون مع أدوات الاتصـــال المختلفة ؟

(د) ما هى رؤية القرويين لكل اداة ، وما دورها فى حياتهم ؟

٢ — ما مدى تأثير دخـــول اجهزة الاتصـــال الحديثـــة الى القرية على انمـــاط الاتصـــال التقليدية بهـــا ؟

٣ — ما حقيقة التأثيرات الثقافية التى أحدثها اجهزة الاتصـــال الحديثة فى القرية المصرية ؟

٤ — ما تأثير ثقافة القرويين ذاتها على أجهزة الاتصال الحديثة ؟

٥ — الى أى حد يلبى نظام الاتصـــال الحالى بالقرية المصرية الاحتياجات الاعلامية للقرويين ؟ وما هى أوجه القوة أو جوانب القصور فى هـــذا النظام ؟

٦ — ما مدى امكانية قيام نظام للاتصـــال المحلى يعمل بالتكامل والتسنيق مع نظام الاتصـــال المركزى ، ويمكن من خلاله تلبية الاحتيـــاجات الحاليـــة والمستقبلية للقرية المصرية ؟

٣ — الرؤية النظرية ومستويات التحليل :

تنطلق الدراسة فى تحقيـــق اهدافهـــا والاجابة على ما يثيره البحث من تســـاؤلات من تصور يرى أن فهم وتحليل العلاقة بين تكنولوجيا الاتصـــال والثقافة فى القرية المصرية ينبغى أن يتم فى ضـــوء الابعاد التالية :

(ا) أن البنيـــة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للقرية المصرية قد شهدت فى السنوات الأخيرة مجمـــوعة من التغيرات التى تركت بصماتها الواضحة على بنيـــة الاتصـــال بالقرية المصرية . فعل المستوى الاقتصـــادى ، تزايد ضغط السكان على عنصر الارض الى الحد الذى اصـــبح معه هـــذا العنصر غـــير قادر على تلبية الاحتياجات الأساسية للقرويين من الغذاء وبالتالى تزايد اعتمادهم على المدينـــة فى تلبية هذه الاحتياجات يضـــاف الى ذلك ، ضعف الاستثمارات الموجهة للعمل الزراعى والتى لم تتجاوز فى السنوات الاخيرة معدل (١٢٪) من اجمالى الاســـتثمارات القوميـــة[١] . واستمرار تعبئة الفائض الزراعى على قلته — لصـــالح ســـكان

---

(١) انظر فى ذلك :

مجلس الشورى ، السياسة الزراعية ، تقرير لجنـــة الانتاج والقوى العاملة ، دور الانعقاد العادى الثانى ، ١٩٨٢ .

المدينة ويتمثل ذلك بصورة واضحة فى سياسة التسعير غير العادلة للحاصلات الزراعية ، وتعدد أنواع الضرائب المفروضة على الفلاح ، وقد افضى ذلك مع غيره من العوامل الى مجموعة من الظواهر والمشكلات التى أصبحت تشغل بال القرويين ومنها : قلة العائد من العمل الزراعى وضعف قيمة الارض الزراعية ، وتزايد الميل الى الاعتداء عليها بالتبوير او التجريف والبناء واختلال سوق العمل بالقرية ، وارتفاع اسعار العمالة الزراعية وتزايد الميل الى الهجرة أو امتهان مهن أخرى غير العمل الزراعى .

وعلى مستوى البنية الاجتماعية ، تمثلت اهم التغيرات فى أساليب الحراك المشروعة وغير المشروعة لبعض الفئات الاجتماعية وهامشية بعض الشرائح الاجتماعية ، والتغير فى تركيب الأسرة الريفية وادوار المراة الريفية ، وعلى المستوى الثقافى ، نجد أن انساق القيم الاجتماعية على مستوى كثير من مكونات بنية القرية بدأت العمل المنتج والتعليم والتعاون والمزاملة ، والعمل الجماعى تعانى من الاضطراب والخلط والصراع والتى اثرت سلبا على العمل المنتج والتعليم والتعاون والمزاملة ، والعمل الجماعى والاستقرار بالأرض ... الخ .

وتؤثر هذه التغيرات على جوانب عديدة من مكونات البنية الاتصالية بالقرية المصرية ، فالقول مثلا بوجود حراك اجتماعى لبعض الفئات الاجتماعية ، يعنى وجود تغير واضح فى أساليب التعامل والتخاطب والتفاعل بين الفئات الاجتماعية وتزايد المقدرة الاتصالية لبعض الفئات وتغير فى مراكز وادوار قادة الرأى التقليديين بالقرية ، كذلك فان الحديث عن قلة العائد الزراعى وتزايد اعتماد القرية على المدينة فى تلبية متطلباتها الاستهلاكية يعنى تغير فى الاحتياجات والاهتمامات الاساسية للقرويين وهى جوانب فاعلة فى تحديد مجريات العملية الاتصالية . كما تؤثر التغيرات القيمية المشار اليها ليس فقط على فهم واستيعاب القرويين لما يثار من مضامين اعلامية عبر وسائل الاعلام المختلفة ، ولكن فى التعرض اصلا لهذه الوسائل ، والاقبال على نوعيات معينة من المضامين الاعلامية المثارة خلالها .

(ب) اتساع نطاق انفتاح القرية المصرية على العالم الخارجى فبعد التطورات التى لحقت بالمجتمع المصرى ، وبالذات فى الحقب الأخيرة اصبح من المتعذر حتى على المستوى الاجرائى وضع حدود فاصلة للتمييز بين القرية المصرية والمدينة واصبح الحديث شائعا عن

ظاهرة تريف المدن وتحضر الريف وذلك نتيجة لسياسات الانفتاح والهجرة والتعليم وغيرها التى فى اطارها تزايد ارتباط الريف بالمدن ، فلم يعد الريف المصرى معزولا عن حياة الحضر بالصورة التى عرفتها مصر قبل عام ١٩٥٢ وأصبح من المألوف ان نرى الضغط على وسائل المواصلات المتجه من القاهرة والمدن الكبرى الى الاقاليم فى الاعياد والمواسم وان نرى الآن العديد من العادات الاستهلاكية الحضرية وقيم المدينة التى حملها المهاجرون الريفيون انفسهم الرائحون الغادون من الريف والمدينة ، كما حملها العائدون من الهجرة المؤقتة للعمل فى خارج مصر وتزايدت حركة المواصلات والاتصالات بين الريف والمدينة نتيجة لعمليات تحسين الطرق وتزايد وسائل النقل ودخول الكهرباء وانتشار أجهزة الاعلام وعلى راسها التليفزيون واجهزة التسجيل بل والتليفون فى العديد من القرى .

هذا الانفتاح الخارجى وتزايد حركة انتقال القرويين من والى القرية المصرية ، يعنى انتفاء العديد من التصورات التقليدية التى ظلت راسخة لدى بعض الباحثين حول انعزال القرويين وجمودهم وانخفاض مستوى طموحاتهم وعدم تقبلهم للتحديث ... الخ . كما يعنى من ناحية اخرى ظهور احتياجات اعلامية جديدة ، تؤثر بالضرورة على ادوار ومراكز اساليب الاتصال المختلفة بالقرية .

(جـ) ان جانبا كبيرا من المضامين الاعلامية المتجهة نحو الريف عبر اجهزة الاعلام الرسمية ، يجرى اعداده وصياغته من اعلى فى المركز ، وبعيدا عن مشاركة القرويين او مراعاة لواقعهم ومتطلباتهم الفعلية مما يضعف فاعلية هذه المضامين وقدرتها على تحقيق وظائفها على أرض الواقع من ناحية ويقلل من اعتماد القرويين عليها ويدفعهم بالتالى الى اقامة نظامهم الاتصالى الخاص بهم والمنعزل عن نظام الاتصال المركزى من ناحية اخرى .

(د) ان فهم تأثيرات الاتصال على الثقافة المحلية لا يتسنى مع النظرة الآنية والجزئية لهذه التأثيرات ، والانهماك فى بحث تأثير وسيلة بعينها وتحديد العوامل الوسيطة التى تعوق هذا التأثير على النحو المألوف والمعتاد فى الدراسات الاعلامية(١) . وانما يمكن ان

---

(١) أنظر فى ذلك :

عبد الفتاح عبد النبى ، البحوث الاعلامية فى القرية المصرية ، دراسة تقويمية ، تقرير فرعى أعد فى اطار بحث الاعلام ومستقبل القرية المصرية =

يتم هذا الفهم بصـــورة افضل مع النظرة المتكاملة والممتدة لنســق الاتصـــال ككل فى مجتمع القرية . وان هذه التاثيرات قد تتفاوت بين التدعيم والتغيير الجزئى المحدود والتعبئـــة العـــامة والتغيير الشامل لمـــا هو سائد من اسلوب حياة فى المجتمع المحلى .

وعلى ضـــــوء ما تقدم يمكن تتبع وقياس أثر دوات الاتصال الحديثة على الثقافة فى مجتمع القرية وفقا للمستويات التالية :

(ا) مستوى مجتمع القرية ككل :

وفى هـــذا المستوى يتم الأخذ فى الاعتبـــار تاثير اجهزة الاتصـــال على المجالات التالية :

١ — الشـــكل المعمارى للقرية .

٢ — العـــادات والتقاليد .

٣ — الانتاجية وســـوق العمل .

٤ — بنـــاء القوة والنفوذ داخل القرية .

(ب) مستوى الأسرة :

وفى هـــذا المستوى يجرى بحث تاثير الاتصـــال على الجوانب التالية

١ — العلاقات الاسرية .

٢ — الأدوار داخل الأسرة وبالذات دور المراة .

٣ — الخصوبة والانجاب .

٤ — العـــادات الغذائية .

(جـ) مســـتوى الفرد :

وفى هذا المستوى يتم بحث الجوانب التالية :

١ — مستوى الطموح الفردى .

٢ — درجة الانفتـــاح على الآخرين .

٣ — الوعى بالحقوق والمشـــاركة .

٤ — قيمة العمل والرغبة فى الانجاز .

= الذى يجريه المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائيـــة ، قسم بحوث الاتصـــال الجماهيرى (تحت الطبع) .

٤ — المجـال الجغرافى (منطقة البحث) :

تقرر اجراء الدراســـة الميدانية بمحافظة الغربية ووقع الاختيار تحديدا على قرية « نطاى » ، مركز الســـنطة ، محافظة الغربية ، وجاء هذا الاختيار العمدى للمبررين التاليين :

الأول : تاثرت قرية « نطاى » بظروف التغيير التى شـــــهدها المجتمع المصرى والمنـــاطق الريفيـــة فى الحقب الاخيرة ، وبالذات فيما يتعلق بالانفتاح والهجرة والتنقل وارتفـــاع نســـبة التعليم ، وسهولة المواصـــلات ، وتغلغل اجهزة الاعلام ... الخ . وانخفضت بهـــا نســـبة العـــاملين بالزراعة الى ما يقرب (٥٠٪) وارتفعت فى المقابل نسبة المشتغلين بأنشطة أخرى كالتجارة ، والخدمات والمقاولات والصناعات الحرفية ... الخ . وهى بذلك تعد نموذجا واقعيـــا لحالة التحول التى تشـــهدها العديد من المناطق الريفية على مستوى الجمهورية فى الوقت الراهن .

والثـــانى : قرية نطاى ، هى قرية الباحث وموطن نشأته وقضى بها اكثر من نصف سنوات عمره ويتردد عليها بين الحين والآخر ، حيث تقيم عائلتـــه واقرباؤه وهو بذلك يدرك عن قرب ظروفها ومشكلاتها وما يقع فيها من تفاعلات وتغيرات ، وربمـــا يكون ذلك مأخوذا عليه احتمـــالات التحيز والفهم الذاتى للامور وصـــعوبة فصـــل الباحث فى هذه الحالة بين دوره كباحث ودوره كأحد أفراد مجتمع البحث ، أو عدم استثارة حواس الباحث لملاحظة الكثير من الأمور التى يأخذها — نتيجة التعود عليها كوقائع مسلم بها ، بينما فى المناطق الغريبة عليه ، يكون كل شيء جديدا على الباحث ، وبالتالى يكون أكثر مدعاه للاستثارة والاهتمـــام ، وهو الأمر الذى يثرى العمل الميدانى ... الخ .

على أن ذلك لم يكن ليثنى الباحث عن اختيار القرية التى ينتمى اليها ، فقـــد ساعد هذا الاختيار على تفادى مشكلات كثيرة كان يمكن أن تهدد ســـير البحث وفى مقدمتها ، توفير الوقت والمـــال والجهد ، بالنســـبة لباحث يجرى دراســـة بمفرده وعلى نفقته الخاصـــة ، وتتطلب التواجد بالقرية لمدة طويلة نســـبيا ، ثم تخطى الصعوبات الخاصـــة بتوطيد الصـــلة بالمبحوثين ، وكسب ثقتهم ، والتغلب على المقاومة والشـــك التى تواجه عادة جامعى البيانات بالاضافة الى معرفة الباحث الشخصية بالقرية ممـــا يسهل فرص الالتقاء والزيارات والحوارات مع الأفراد بصـــورة طبيعية وبلا افتعال كمـــا يساهم بعد الباحث عن القرية واقامته خارجها لمدة تقرب من ٥ ١عاما فرصـــة طيبة لادراك مظاهر التغيرات التى حدثت فى طرق واساليب الاتصال بالقرية ، وفى تلافى أية مجاملات والرغبة فى ارضـــاء الباحث أو تقديم ما يرضى الســـلطات

من معلومات على النحو الشائع والمعروف فى طريقة تعامل القروى مع ما يعتقد انهم مندوبوا الحكومة أو أفندية المدينة .

وفى مقابل ذلك ، يؤدى الاختيار العمدى للقرية التى ينتمى اليها الباحث الى انتفاء القدرة على التعميم ، ويظل ما يتوصل اليه من نتائج مقتصرا على على قرية البحث محل الدراسة كنموذج أو حالة للقرى التى تتشابه معهــا فى خصـــائصها العامة .

بعض الخصـــائص المميزة لقرية البحث :

تقع قرية « تطاى » فى النطاق الجغرافى لمركز السنطة التابع لمحـــافظة الغربيـــة وتبعد عنه مسافة خمسة كيلو مترات جنوبا ويربط بينها طريق ممهد يمتد بمحازاة بحر شبين الكوم ، وتبعد عن طنطا عاصمة المحافظة بمسافة ثلاثة عشر كيلو مترا فى اتجاه الجنوب الشرقى منها خمسة كيلو مترات غــير ممهدة ابتداء من قرية « شبرا قاص » التى تقع على طريق المعاهدة الذى يربط مدينة طنطا بزفتى ثم الزقازيق ، وتقع القرية الى الشمال الشرقى من مدينة بركة السبع التابعة لمحافظة المنوفية وتبعد عنها مسافة ســـتة كيلو مترات تمتد عبر طريق ترابى يمتد بمحـــازاة بحر شبين الكوم أيضـــا . واتجاه الاهالى الى مدينة طنطـــا اكبر من اتجاههم الى المركزين الأخيرين ، حيث تمثل مدينـــة طنطا مركزا تجاريا ودينيا وترفيهيا وتعليميا لمعظم ســـكان القرية وتقتصر صـــلة الأهالى بمدنـــة السـنطة — المركزى الادارى — على النواحى الادارية حيث يفدون اليها لقضـــاء مصالحهم بالسجل المدنى ، ومركز الشرطة ، والمحكمة الابتدائية والشهر العقارى ومجلس المدينة الى غيرها من المصـــالح التى تتبع لها القرية اداريا .

وترتبط القرية بهذه المراكز الحضرية بخطوط لأتوبيس وسط الدلتـــا ، وأتوبيس النقـــل الداخلى لمدينـــة طنطا بالاضـــافة الى عـــدد من ســـيارات الأجرة الخاصة التى تعمل على خط طنطا — الجعفرية ، وهى قرية ملاصـــقة تماما لقرية تطاى بحيث لا يفصل بينها سوى شـــارع رئيسى واحـــد وتتداخل الصلات والعلاقات بين أهالى كلا القريتين مما يجعلهما أشبه بمركز سكانى واحد تتكامل الخدمات الموجودة بكل منهما ، حيث توجد بقرية الجعفرية نقطة الشرطة ومقر المجلس المحلى والوحدة الصـــحية وغـــيرها من المؤســـسات التى تخدم القريتين معـــا .

ويصل تعداد سكان قرية « تطاى » وفقا لبيانات تعداد ١٩٨٦ ، الى (١٢٢٧٨) منهم (٦٢٦٣) من الذكور و (٦٠١٥) من الاناث ، ويبلغ اجمالى مساحة الأراضى الزراعيـــة بزمـــام القرية ١٨٠٠ فدان ، موزعة على ١٤٠٠ حيازة ويوضـــح الجدول التالى توزيع الحيازات الزراعية بقرية « تطاى » وفقا لفئات الحيـــازة :

جـــدول رقم (١)

توزيع الحيازة الزراعية بقرية تطاى(*)

فئة الحيازة	العـــدد	٪
أقل من فدان	٤٥٠	٣٢ر١٤
من فدان — ٥	٧٥٠	٥٣ر٥٧
من ٥ — ١٠	١٥٠	١٠ر٧٢
١٠ افدنة فأكثر	٥٠	٣ر٥٧٪
المجمـــوع	١٤٠٠	١٠٠٪

وتشـــير بيانات الجدول ان الغالبية العظمى من الحيـــازات الزراعيـــة بالقرية حوالى (٨٥ر٧٪) من الحيازات بها تقـــع فى فئة الحيازة اقل من خمسة افدنة وان حوالى (٤٠٪) من هذه النسبة حيازات لا تتجاوز مساحتها الفدان ، الأمر الذى يشـــير الى صغر وتقزمية نمط الحيازة الغالب بالقرية ، وأن نسبة الحيازات المتوسطة والكبيرة اكثر من خمســـة افدنة لا تتجـــاوز (١٤ر٢٪) من أصحاب الحيازات وأن الحد الأقصى للحيازات الزراعية بهذه القرية لا يتجاوز ١٣ فدانا .

واهـــم الزراعات بالقرية هى القطن والذرة والقمـــح ، والخضروات ، والفواكه وبالذات التفاح البلدى والبرتقال والجوافة .

وتكشف بيانات تعداد عام ١٩٨٦ ، أن قرية « تطاى » لا تختلف عن باقى القرى المصرية من حيث التوزيع النوعى النســـبى للســـكان على ان اللافت للنظر فى تلك البيانات ، هو ما يظهر من تحسن طفيف فى الحالة التعليمية بالقرية حيث تبلغ نسبة الاميـــة بهـــا (٥٧ر٤٪) فى حين انهـــا تبلغ (٥٨ر٥٪) فى المناطق الريفية على مستوى الجمهورية ، ويعود ذلك الى توافر فرص التعليم بالقرية ، حيث يوجد بها حاليـــا مدرستين ابتدائى واخرى اعـــدادى للبنين والبنات بالاضافة الى مدرسة ثانوية ومعهـــد دينى موجودين بقرية الجعفرية الملاصـــقة لقرية تطاى .

وفضلا عن توافر المدارس بالقرية (ابتدائى — اعدادى ، ثانوى) تتميز

(*) البيانات مستقاه من واقع ســـجلات الجمعية التعاونية الزراعية بالقرية .

قرية تطاى بتوافر العديد من مؤسسات الخدمات الأخرى ، فيوجد بها جمعية تعاونية زراعية ، ومكتب بريد ، ونادى للشباب ، وسنترال مخصص لخدمة اهالى قريتى الجعفرية وتطاى . وقد حظيت القرية بفرصة دخول الميـــاه النقية اليها منذ نهـاية الخمسينات وشهدت دخول التيــار الكهربائى فى أوائل السبعينات والتى لا تكاد تخلو منها منزلا واحد بالقرية الآن .

وينتشر بالقرية محـلات بيـع الأقمشـة والخردوات ولوازم البنـاء وتجاره الأخشاب والحبوب بالاضـافة الى البقالة ، والجزارة والمطاعم وورش صناعة الموبيليا وغيرها وهى كلهـا أمور تشير الى تزايد ظهـور وانتشار السمات الحضرية بالقرية .

ولا يختلف النمط العـام للمســاكن بالقرية عن النمط العـام لمسـاكن الفلاح المصرى فجانب كبير من مساكن القرية مبنى بالطوب اللبن ، وفى اوضاع متلاصقة وشوارعها ضيقة وينتشر على مداخلها وفى أطرافها العديد من المساكن الحديثة المبنية بالطوب الأحمر والأسمنت المسلح ، ويتسم الوضـع العمرانى بصفة عامة فى القرية بمظاهر التناقض البنائى ، فبجانب البيوت ذات الطـابع التقليدى تتواجد البيوت ذات الطراز الحديث . ويعد هذا التناقض فى الشـكل الفيزيقى للقرية انعكاسا للتناقض الواضح فى النشاط الاقتصـادى للسـكان بالقرية فبينمـا تزايدت الأنشـطة غير التقليدية كالتجـارة ، والمقـاولات ، والصناعات الحرفية بما يعنيه ذلك من سرعة ظهـور السـمات الحضرية بالقريه ، نجد أن النشـاط الزراعى التقليدى لايزال يسـتوعب ما يقرب من (٥٠ ٪) من جملة موارد النشـاط بالقرية . على أن اللافت للنظر هو اتجـاه الطابع الريفى التقليدى الى الانحسـار ، بشـكل سريـع وواضـح بالقرية مما يشير الى الطابع الانتقالى الذى تعايشه القرية حاليا ، ونمو السـمات الحضرية بها ، ومن بين الخدمات النامية بالقرية . مكاتب المحامين ، والعيادات الطبية حيث يوجد بها حاليا خمسة مكاتب للمحاماه ، واربع عيادات طبيـة ، ودار الحضانة .

٥ — أدوات العمـل الميدانى وعينة البحث :

تتبع الدراسة المنهج الأنثروبولوجى والمنهج المقارن وفى ذلك اعتمدت على الملاحظة ، والمقابلة والمناقشات الفردية والجماعية المفتوحة كأدوات لجمع البيانات الميدانية . ولتنظيم عملية الملاحظة جرى وضـع دليلا لها يتضمن الجوانب التاليـة .

— سلوك التعرض والتعامل مع ادوات الاتصـال المختلفة ، والمضامين الأكثر رواجا وانتشـارا لدى القرويين .

ـ موضوعات الحوار واساليب التخاطب والتفاعل بين الجماعات الاجتماعية المختلفة بالقرية .

ـ قدرة الفئات الاجتماعية ا لمختلفة على المشاركة فى عملية الاتصال .

ـ تأثيرات أدوات الاتصال الحديثة على الجوانب التالية :
قنوات الاتصال التقليدية ، العادات والتقاليد ، الانتاجية وسوق العمل . بناء القوة والنفوذ داخل القرية ، العلاقات الأسرية .

وقد قام الباحث بمراقبة هذه الجوانب بمنطقة البحث من خلال الاقامة شبه الكاملة بمنطقة البحث لمدة ستة شهور ، استغرقت الفترة من أول يناير ١٩٩٠ وحتى يونيو من العام نفسه ، وخلال هذه المدة داب الباحث على التجول داخل شوارع القرية بالملابس القروية العادية والقيام ببعض الزيارات داخل البيوت ، والتردد المنتظم لدور بعض الأسر تحددت أساسا فى خمس أسر ترتبط بعلاقة قرابة ومعارف مع أسرة الباحث بالاضافة الى الجلوس والاختلاط بمواقع الأنشطة والخدمات المختلفة مثل الجمعية التعاونية ، وبنك القرية ، والورش الحرفية (الحياكة والموبيليا) ومحلات البقالة والمقهى ، والمسجد ودوار العمدة وغيرها من أماكن الاتصال والتفاعل اليومى داخل القرية ؛ وكان يجرى تدوين مذكرات يومية بما يتم رصده من ملاحظات حول السلوك أو العادة موضع التحليل والمراقبة على النحو الوارد فى دليل الملاحظة .

كما استخدمت المقابلة وجرى توظيف هذه الأداة للحصول على بيانات كمية ووصفية تتعلق بحجم وانماط تعرض الأفراد بمنطقة البحث لوسائل الاتصال المختلفة ، ورؤيتهم لكل وسيلة ، ومدى اعتمادهم عليها أو تاثرهم بها فى مجرى حياتهم اليومية . وقد طبقت المقابلة المتعمقة مع عينة عشوائية طبقية منتظمة من (٢٠٠) فرد من الذكور والاناث ، على أساس السن من (٢٠ــ٦٠) سنة والنشاط المهنى للفرد . وذلك وفقا للجدول التالى :

جـــدول رقم (٢)

(توزيع مفردات عينة البحث وفقا للنوع والمهنة)(١) .

	اناث	ذكور	المجموع
فـــلاح / فـــلاحة تحـــوز	٢٠	٣٠	٥٠
فلاح / فلاحة لا تحـــوز	٢٠	٣٠	٥٠
عامل / عاملة (غير زراعى)	٥	١٠	١٥
مهـــنى	٥	١٠	١٥
حـــرفى	٥	١٠	١٥
تاجـــر	٥	١٠	١٥
موظـــف	١٠	١٠	٢٠
طالـــب	١٠	١٠	٢٠
المجمـــــــوع	٨٠	١٢٠	٢٠٠

وقد جرى تصميم دليـــلا للمقابلة والحـــوار مع جماعة المبحـــوثين من أفراد العينة . وقد تضمن الدليل (٨٨) سؤالا موزعة على بندين **الأول** حجم وســـلوك تعرض الافـــراد لمختلف أدوات الاتصـــال ويشـــمل الأســـئلة من (أ — ٦٧) **والثانى :** ويتعلق بالعلاقة بين الجمـــــهور وادوات الاتصـــــال المختلفة ويتضمن الاسئلة من (٦٨ — ٨٨) .

وقد اختبرت صحة وثبات الأسئلة خـــلال شهر يناير ١٩٩٠ ونفـــذت المقابلات المقننة التى طبقت خلالها اسئلة الدليل فى شكلها النهائى بعد التعديل بناء على التجريب الأولى فى شهر مارس ١٩٩٠ .

ومن المفترض ان يؤدى تكامل استخدام الملاحظة بأنواعها ، والمقابلة المقننة مع المبحوثين من افراد العينة ، والحوارات الحرة الفردية والجماعية التى تجرى بمنطقة البحث الى تلافى ما قد يوجـــد من قصور فى استخدام اى من هذه الأدوات بمفردها ، والى تدعيم قدرة البحث على الكشف عن

---

(١) اعتمدنا فى ذلك على المصادر التالية :

(*) السجل المدنى لمركز مدينة السنطة الذى تتبعه القرية .

(*) الجهاز المركزى للتعبئة العامة والاحصاء تعداد محافظة الغربية (١٩٨٦) .

مكونات بنية الاتصال بالقرية ، واسلوب تعامل الأفراد بها مع اجهزة الاتصال المختلفة ، ورؤيتهم لها او اعتمادهم عليها ، وكذا التأثيرات الثقافية لأجهزة الاتصال فى المجتمع القروى . كما يساهم استخدام المنهج المقارن ، الى الوقوف على أوجه التباين بين مختلف الفئات المهنية والاجتماعية فى التعامل مع وسائل الاتصال ، وفى التعرف على حقيقة التأثيرات التى تركها كل وسيلة فى مجتمع القرية . ونسعى فى الفصل القادم الى عرض نتائج عملنا الميدانى .

الفصل السابع

الاتصال والثقافة (المعطيات الميدانية)

الفصـــل الســـابع

الاتصـــال والثقـــافة (المعطيـــات الميدانيـــة)

نحـــاول فى هذا الفصل ، عرض وتحليل ما توافر لدينا من بيـــانات حصلنا عليها من منطقة البحث سواء من خـــلال تطبيق أدوات ، الملاحظة ، والمقابلة المقننة ودراسة الحالة أو المناقشـــات الفردية والجماعية المفتوحة التى اجريناها مع الأفـــراد بقرية البحث ، وترتبط خطة العرض بأهـــداف البحـــث وما يثيره من تساؤلات تدورحـــول مكونات بنيـــة الاتصال بالقرية ، واسلوب تعامل القرويين مع أدوات الاتصال المختلفة ، والتأثيرات الثقافية التى أحدثتها هـــذه الأدوات ســـواء على مســـتوى مجتمع القرية ككل ، أو المستوى الأسرى أو الفردى . وبصـــورة محددة يتضمن هذا الفصـــل عرض بيانات العنصرين التاليين :

١ ــ مكونات بنيـــة الاتصـــال بالقرية .

٢ ــ التأثيرات الثقافية لأدوات الاتصال .

أولا : مكونات بنيـــة الاتصـــال بالقـــرية :

١ ــ الراديـــو :

ظلت أجهزة الراديو محـــدودة العدد فى قرى الريف المصرى خـــلال الخمسينيات من هذا القرن : ويقتصر وجودها على عدد من الأجهـــزة تعـــد على اصـــابع الأيـــدى ، وفى حـــوزة فئات معنية ســـواء أعيـــان القرى أو لدى احـــد البقـــالين أو أصحاب المقاهى . ودخلـــت اجهـــزة الراديو بكثافة ملحوظة الى القـــرية المصرية مع بدايـــة الستينيات وذلك فى اطـــار ظهور الترانزســـتور وانخفاض أسعاره من جهـــة بالاضـــافة الى عـــودة الكثير من أبناء القرى المجندين الذين اشتركوا فى حرب اليمن خـــلال الفترة من ١٩٦٢ ــ ١٩٦٧ من جهـــة أخرى ، حيث كانت تيح لهم المرتبـــات التى يقومون بادخارها هنـــاك ، شراء أحـــد أجهزة الراديـــو أثناء العـــودة الى القرية بل وكانت حيـــازة مثل هذا الجهـــاز ، تعـــد بمثابة احـــد مؤشرات التمايز فى نظـــر العـــديد من فقراء الفلاحين خـــلال ذلك الوقت . والحراك الذى حققه المجنـــدون العائدون . ثم اخـــذت اجهـــزة الراديو فىالانتشار بعد ذلك بصورة واضحة لدرجة انه اصبح من النادر أن نجـــد أسرة ريفية الآن لا تحـــوز راديو أو اثنين على الأقل .

ونتيجة للاجراءات والقرارات الحماسية التى اتخذتها حكومة الثورة خلال حقبتى الخمسينيات والستينيات والتى واكبت تغلغل وانتشار أجهزة الراديو فى القرية المصرية ، وميل هذه القرارات لدعم مركز القاعدة العريضة من الفلاحين (الاصلاح الزراعى ، توزيع الملكية ، العلاقة بين المالك والمستأجر التعاونيات الزراعية .. الخ) وقيام أجهزة الراديو بنقل هذه الاجراءات والقرارات الى القرويين ونشر الوعى لديهم حولها ، ارتبط فى الذهن العام لدى القرويين ، وبالذات جماعة الفلاحين ، أن الراديو جهاز لمعرفة أخبار الدنيا .. وسماع الاخبار فى المقام الأول ، ويلى ذلك فى مرتبة تالية ، مهمة الترفيه ; سماع الأغانى والتمثيليات الاذاعية) وذلك بعد ان اتجهت الدولة بعد هزيمة ١٩٦٧ الى تكثيف التوظيف الترفيهى للراديو (اغانى أم كلثوم ، وعبد الحليم حافظ ، والمباريات الرياضية ... الخ) وذلك فى اطار محاولة السياسية الاعلامية انذاك التخفيف من الآثار النفسية للهزيمة . واخيرا الاستماع الى القرآن الكريم والبرامج الدينية والتى كثفت ايضا بعد هذا التاريخ عبر مختلف محطات الراديو المصرية لاسباب سياسية ايضا . وبعد دخول اجهزة التليفزيون والتسجيل وانتشارها فى القرية المصرية منذ منتصف السبعينيات ، قل الاستخدام الترفيهى للراديو فى حين ظلت البرامج الاخبارية والدينية تحظى بالأولوية المطلقة فى استخدام القرويين لجهاز الراديو .

ويحظى الراديو بمكانة متميزة بين اجهزة الاتصال الجماهيرى من حيث الصور الذهنية المحببة لدى القرويين ، فهو ليس « حراما » ، كما ينظر بعض القرويين حاليا الى جهاز التليفزيون ، والفيديو مثلا ، كما انه سهل الحمل والاستخدام ، ورخيص الثمن بالمقارنة ببقية اجهزة الاتصال الأخرى ، فضلا عن خلوة من التعبيرات السوقية والمشاهد الخارجة . ونتيجة لذلك عبر الجانب الأكبر من المبحوثين فى حوارهم معنا حول مدى تعودهم على الاستماع للراديو عن ارتفاع درجة هذا التعود ، كما تكشف بيانات الجدول التالى :

جدول رقم (١)

(درجة تعود القرويين الاستماع للراديو)

درجة التعود	العدد	٪
دائما	١٦٠	٨٠
حسب الظروف	٤٠	٢٠
لا أسمعه اطلاقا	—	—
المجموع	٢٠٠	١٠٠٪

وتظهر البيانات أن (٨٠٪) من اجمالى المبعوثين البالغ عددهم (٢٠٠) فرد، يستمعون الى الراديو بصورة دائمة أو منتظمة فى حين لم تتجاوز نسبة التعرض العشوائى او حسب الظروف عن (٢٠٪) فقط ، واختفت تماما نسبة من أقر بعدم استماعه الى الراديو على الاطلاق ، نتيجة على ما يبدو ان الاستماع الى الراديو نشاط يمارسه القروى فى مناطق متعددة ، وحيثما يذهب الى المنزل والحقل وأماكن العمل ، والمقهى والمواصلات وغيرها من اماكن تواجده .

ويبدو ان ذلك أيضا ، هو الذى دفع الجانب الاكبر من المبحوثين (٦٠٪) الى الاقرار بأن الراديو ضرورى جدا عندما طرحنا عليهم السؤال الآتى " **ياترى الاستماع للراديو لازم منه ولا كله زى بعضه فى رايك ؟** فى حين لم تتجاوز نسبة من اقر بأن كله زى بعضه ، مشيرا بذلك الى عدم اهتمامه كثيرا ببرامج الراديو (٤٠٪) من اجمالى افراد العينة ، الأمر الذى يشير الى المكانة التى مازال الراديو يحتلها فى القرية المصرية ، رغم انتشار اجهزة اخرى منافسة مثل التليفزيون والفيديو وشرائط التسجيل .

وقد اعاد التساؤل حول آخر مرة فتح المبحوث فيها الراديو تأكيد ارتفاع معدل التعرض والاستماع للراديو بين القرويين . فقد اشار الجانب الاكبر من المبحوثين (٦٥٪) بأن آخر مرة هذه كانت « اليوم » أى ذات اليوم الذى اجرينا فيه الحوار . فى حين لم تتجاوز نسبة من اشار الى أن آخر مرة كانت من يومين ثلاثة أو اكثر (٢٠٪) من اجمالى المبحوثين . واوضح (١٥٪) فقط أن اتجاههم لفتح الراديو بانفسهم مسألة تخضع للظروف والوقت المتاح لهم ، وان كانوا يستمعون الى الراديو بالصدفة اثناء سيرهم فى الطريق أو المواصلات أو غيرها من أماكن التواجد . وفى هذا الاطار تلاحظ وجود علاقة بين النوع والمهنة ومعدلات الاستماع الى الراديو ، فالنساء أكثر اقبالا من الرجال على الاستماع الى الراديو ، كما أن جماعة الفلاحين والعمال والحرفيين تعد أكثر انتظاما فى الاستماع للراديو من الموظفين والمهنيين والطلبة وهكذا .

ونظهر المناقشات مع جماعة المبحوثين ، أن فترة الصباح هى اكثر الفترات تفضيلا للاستماع الى الراديو كما يوضح الجدول التالى :

جـــدول رقـــم (٢)

(الوقت المفضل لتعرض المبحوثين للراديو)

الوقت المفضـــل للاســـتماع	العدد	٪
الصـــــبح	٨٠	٤٠
الضــــحى	٥	٥ر٢
الظهـــيرة	٥	٥ر٢
العصـــــر	١٠	٥
المغــــرب	٢٠	١٠
الســــهرة	٤٠	٢٠
حســـب الظـــروف	٤٠	٢٠
المجمــوع	٢٠٠	١٠٠٪

وواضح من بيانات الجدول أن فترة « الصباح » هى اكثر الفترات تعرضا للراديو بنسبة (٤٠٪) فقد أوضح المبحوثون وبالذات جماعة الموظفين والمهنين والطلبة أنهم يستمعون الى الراديو خلال استعدادهم للخروج للعمل وتناولهم الفطار . ويلى ذلك من حيث الأهمية فترة « السهرة » وبالذات لدى جمـــاعة الفلاحين بنسبة (٢٠٪) ، ثم فترة المغرب بنسبة (١٠٪) وتنخفض الى حد كبير نسبة تعرض القرويين الى الراديو فى فترة الضحى او الظهيرة والعصر الى حد كبير وهى الفترات التى يبدو أن جمهور المستمعين الى الراديو يتجه خلالها الى أجهزة التسجيل والكاست للاستماع الى الأغانى الشـــــعبية والتسجيلات التى أصبح اقبال القرويين عليها يتزايد يوما بعد يوم كرد فعل على مايبدو من جانبهم للمضامين الاذاعية غير المرتبطة بواقعهم فى جانبهـــا الاكبـــر . وظلت نسبة غير قليلة (٢٠٪) ، ترى انه لايوجد وقت مفضـــل لديها للاستماع الى الراديو ، ولكن المسالة تخضع للظروف ووقت الفـــراغ المتاح او (النفس) على حد تعبير احد المبحوثين .

ويبدو ان ظاهرة الاستماع الجماعى الى الراديو التى كانت ســـائدة فى فترة سابقة ومنذ دخول الراديو الى القرية قد تلاشت او هى فى طريقهـــا الى ذلك ، حيث تزايد معدلات الاستماع الى الراديو بصورة فردية ، فقد ذكر الجانب الأكبر من المبحوثين (٦٥٪) أنهم عادة يستمعون الى الراديو بمفردهم ولا يناقشون ما يستمعون اليه مع الاخرين لو تصادف وجودهم بشـــكل عابر

اثناء عمليـة الاستماع ، فى حين لم تتجاوز نسبة من اشـار الى اعتيـاده الاستماع الى الراديو وهو مع آخرين (٣٥٪) من اجمالى المبحوثين معظمهـم من فئات الحرفيين والعمال ، ويبدو أن هذا التحول فى هذه الظاهرة مرتبـط بانتشـار اجهزة التليفزيون والتسجيل ، التى اصبح التعرض لها هـو الذى يأخذ فى الغالب الصبغة الجماعية فى مقابل تزايد التعرض الفردى للراديو ، ويشير ذلك الى أن تأثير تواجد اجهزة التليفزيون والتسجيل على الراديو لايكمن فقط فى سحب أعداد غير قليلة من جمهور الراديو ، ولكن أيضا فى تعديل سلوك تعرض الجمهور للراديو وفى توقيت هذا التعرض .

وتشير الملاحظات الميدانية ، وكذا الحوارات المتعمقة مع المبحوثين الى ان الاستماع الى الراديو من جانب الأفراد بالقرية ، عادة ما يتم اثناء قيـام الفرد باداء عمل ما بل أن البعض يترك الراديو مفتوحا وهو نائم او منهمك فى عمل جاد ، ويندر الى حد كبير الأستماع الى الراديو والفرد جالس متفـرغا للاستماع فقط . فقد ذكر الجانب الاكبر من المبحوثين بنسبة (٨٠٪) أنهـم يستمعون الى الراديو أثناء قيامهم باداء عمل ما ، فى حين لم تتجاوز نسـبة من اشار الى تفرغه للاستماع (٥٪) فقط ، وذكر (١٥٪) من اجمـالى المبحوثين ان المسألة تخضع للمصادفة والظروف ، وهو أمر له دلالة بالغـة عند بحث قضية تأثير المضامين الاذاعية ، حيث يبدو الاستماع وكأنه أصـبح عادة اكثر منها محاولة للادراك الجيد لحقيقة ما يذاع عبر موجات الراديو .

وقد اتجه الحوار مع المبحوثين للتعرف على المحطات الاذاعية المفضـلة لديهم . وطرحنا عليهم السؤال الآتى : **ياترى بتحب تسمع محطة اذاعيـة معينة ولا كله زى بعضه ؟** ويكشف الجدول التالى عن نتائج اجابات المبحوثين على هـذا التسـاؤل :

جـدول رقـم (٣)

(درجة تمييز المبحوثين بين المحطات الاذاعية)

درجـة التمييـز	العدد	٪
اذاعـة معينـة	٨٠	٤٠
كله زى بعضـه	١٢٠	٦٠
المجمـوع	٢٠٠	١٠٠٪

وتشير بيانات الجدول ، أن الغالبية العظمى من المبحوثين بنسبة (٦٠٪)

ليست لديه محطة اذاعية مفضلة او ترغب فى الاستماع اليها « دايما » حينما تقرر الاستماع الى الراديو ، ولكن كل محطات الراديو تبدو متشابهة لديهـم ولا محل للتفضيل بينها . فى حين أوضح (٢٠٪) فقط من اجمالى المبحوثين ان لديهم اذاعة معينة يفضلون الاستماع اليها ، يأتى على راسها اذاعة « القرآن الكـريم » .

وفى محاولة من جانبنا لاعادة التثبت من هذه البيانات وتعميق الحوار فى هذا الجانب ، طرحنا على المبحوثين السؤال التالى : **تعرف تقولى اسماء بعض المحطات الاذاعية اللى بتسمعها اكثر ؟** وكان اللافت للنظـــر فى استجابات المبحوثين على هذا التساؤل ، ان نسبة غير قليلة من المبحوثين تصل الى(٤٠٪) اما انها لم تستطع تحديد اسم محطة اذاعية معينة او انها اكتفت بترديد اسم محطة اذاعية واحدة فقط ، مما يشير الى خاصية التعرض العشوائى ، وغير الانتقائى للراديو التى اشرنا اليها من قبل .

ووفقا لما ورد على لسان المبحوثين الذين تمكنوا من تحديد اسم بعض الاذاعات ، تأتى اذاعة القرآن الكريم على راس القائمة ، وتليها اذاعة صوت العرب ، فالشرق الأوسط ، فالبرنامج العام ، واذاعة ام كلثوم ، على الترتيب، وكان اللافت للنظر غياب ترديد أسماء محطات اذاعية تزايد نشاطها فى الآونة الأخيرة مثل اذاعة الشباب والرياضة ، ووادى النيل ، واذاعة وسط الدلتا ، والأخيرة اذاعة محلية تدخل قرية البحث فى نطاق بثها ، وفشلت اية محـــاولة من جانبنا لتعميق الحوار حول نشاط وفاعلية هذه الاذاعة .

وقد اتجه الحوار مـــع المبحوثين للتعرف على درجة تعرضهم للاذاعات الأجنبية ، وتوجهنا اليهم بالسؤال الآتى : **ياترى بتحب تسمع اذاعات اجنبية ؟** ويكشف الجدول التالى عن نتائج استجابات المبحوثين على هذا التساؤل :

جـــدول رقـــم (٤)

(مدى استماع القرويين للاذاعات الأجنبية)

الاستماع للاذاعات الأجنبيـــة	العدد	٪
يســـتمع اليها بانتظـــام	—	—
احيـــانا يســـتمع اليها	٨٠	٤٠
لا يســـتمع اليهـــا اطلاقا	١٢٠	٦٠
المجمـــوع	٢٠٠	٪١٠٠

وتوضح بيانات الجدول أن الجانب الأكبر من المبحوثين بنسبة (٦٠٪) من اجمالى افراد العينة لا يستمعون الى الاذاعات الأجنبية . فى حين أشارت نسبة لا تتجاوز (٤٠٪) الى انها احيانا ماتستمع الى الاذاعات الأجنبية ، ولم نصادف حالة واحدة ، اقرت امامنا بأنها تستمع الى الاذاعات الاجنبية بصورة منتظمة أو دائمة . وتكشف المشاهدات الواقعية أن لجوء الأفراد الى الاذاعات الاجنبية وبالذات فئات الموظفين والمهنيين والطلبة بالقرية ، عادة مايتم وقت الأزمات أو وقوع الاحداث الهامة وبالذات الداخلية ، حيث تحظى هذه الاذاعات بمصداقية اكبر لدى الأفراد فى نقل الانباء حول هذه الاحداث ثم يقوم هؤلاء الافراد ، من خلال تفاعلاتهم عبر قنوات الاتصال الشخصى بنقل وترديد وقائع الأحداث كما ترددها هذه الاذاعات مع التهكم والسخرية عادة من الرواية الرسمية لنحدث كما ورد عبر وسائل الاعلام المحلية .

وكان من الطبيعى تعميق الحوار مع جماعة المبحوثين الذين اقروا بتعرضهم للاذاعات الأجنبية ، بهدف التعرف على هوية هذه الاذاعات ، واسباب اقبالهم عليها ، ويكشف الحوار فى هذا الجانب ، أن اذاعة لندن واسرائيل ومونت كارلو وصوت أمريكا على الترتيب هى الاذاعات الاجنبية التى وردت اسمائها على لسان المبحوثين كاذاعات يستمعون اليها احيانا وتلاحظ هنا غياب ترديد اسماء اية اذاعات عربية ، ربما بسبب ان لفظة « اجنبى » التى طرحناها فهمت على انها كل ماهو غير عربى ، او ربما لضعف وقع هذه الاذاعات فى القرية .

وحول اسباب هذا الاستماع وبالذات الاستماع الى الاذاعة الاسرائيلية، اشار المبحوثون الى اهتمام هذه الاذاعات بالاغانى القديمة « الكويسة » على حد تعبير احد المبحوثين مثل اغانى ام كلثوم ، وعبدالحليم حافظ ، وكذا اهتمامها بالتراث الشعبى المحلى مثل المواويل ، والأحاديث الدينية وغيرها فضلا عن ما تذيعه من انباء ووقائع تعبر عن وجهة النظر الأخرى والتى لا ترد فى وسائل الاعلام المحلية .

وقد اتجه الحوار مع المبحوثين للتعرف على نوعية البرامج المفضلة لديهم فى الراديو ، وجاءت البرامج الدينية والقرآن الكريم على راس قائمة التفضيلات وبمعدل تكرار شمل الجانب الاكبر من المبحوثين ، ويلى ذلك فى مرتبة تالية : المسلسلات الاذاعية ، ثم برنامج ربات البيوت ، وكلمتين وبس وهمسة عتاب ، ونشرة الأخبار ، والمباريات الرياضية واخيرا برامج المنوعات ولم يرد على لسان المبحوثين اية اشارة او ترديد لبرامج المراة والطفل ، أو الارشاد الزراعى ، او البرامج الثقافية وغيرها من البرامج والموضوعات الاذاعية التى ربما قد يتعرضون لها بالمصادفة ولكنها ليست لها خلفية فى اذهان

الكثير من المبحوثين او لافتة لنظرهم وبالتالى تدنت قدرتهم على الاشارة اليهـــا فى حوارهم معنا ، مما يؤكد مرة اخرى خاصية التعرض العشوائى وغير الواعى للعديد من برامج الراديو التى اشرنا اليها من قبـــل .

وايا كانت طبيعة البرامج المفضلة لدى المبحوثين او الصورة الذهنية لديهم عن اوجه الاستفادة من الراديو ، فقد عبر الكثير منهم فى حوارهم معنا عن عدم امكانية الاستغناء عن ا لراديو فى حياتهم ، عندما طرحنا عليهم السؤال الاتى : **فى رايك الناس فى البلد هنا ممكن تستغنى عن الراديو ؟** ويكشف الجـــدول التالى عن هذه الحقيقة .

جـــدول رقـــم (٥)

(مدى استغناء المبحوثين عن جهاز الراديو)

مـــــدى الاســـــتغناء	العـــدد	٪
يســـتطيع الاســـــتغناء	٢٠	١٠
نيـــــــه وفيـــــــه	٧٠	٣٥
لايســـتطيع الاســـــتغناء	١١٠	٥٥
المجمــــــــــوع	٢٠٠	٪١٠٠

وتشير البيانات ان الجانب الأكبر من المبحوثين بنسبة (٥٥٪) يرون ان الراديو لا يمكن الاستغناء عنه ، فقد استقر كظاهرة اجتماعية فى حياتهم رغم قلة استفادتهم من برامجه فى حياتهم الفعلية فى حين اشارت نسبة غير قليلة ايضا (٣٥٪) ان هناك من يستطيع الاستغناء عنه وآخر من لا يستطيع . وقد تلاحظ ان مثل هذه الاستجابة قد ظهرت بصورة واضحة لدى جماعة الموظفين والمهنين والطلبة وبين فئـــات الشباب منهـــم تحديدا ولم تتجاوز نسبة من اقر بامكانية استغناء الناس فى البلد عن الراديو ، بالنظر الى ظهور التليفزيون واجهزة التسجيل وغيرها من اجهزة الاتصال عن (١٠٪) فقط من اجمـــالى المبحوثين ، الأمر الذى يؤكد صحة ما اشرنا اليه من قبل عن الصورة الذهنية المحببة لدى القرويين على اختلاف تصنيفاتهم الاجتماعية والمهنية عن الراديو بالمقارنة بوسائل الاتصال الاخرى ، كالتليفزيون والفيديو وغيرها .

ومع ان نسبة كبيرة من المبحوثين لم يتمكنوا من تحديد اكثر الفئـــات فى البلد استفادة من الراديو « مش عارف » ردا على تساؤلنا : **انت شايف مين من الناس فى البلد بيستفاد اكثر من الرادو ؟** الا ان من استطاع منهم الاجابة

على هذا التساؤل ، أشار الى فئة الفلاحين والمهنين وكبار السن بالذات من الرجال والنساء بالقرية . وحول أوجه الاستفادة الفعلية من الراديو ، أعاد المبحوثون ترديد ما سبق ان أشاروا اليه فى حوارهم معنا حول البرامج المفضلة من الاستماع الى القرآن الكريم والأحاديث الدينية ، والتسلة ومحو الامية ، ومعرفة أخبار الدنيا ، وكان اللافت للنظر هنا أن يتحدث البعض عن استفادة الفلاحين من برامج الارشاد الزراعى ، وهو ما لم يرد من قبل فى حديثهم معنا عن البرامج المفضلة مما يدفعنا الى التهوين من قيمة مارردده هؤلاء حول الاستفادة من برامج الارشاد الزراعى خصوصا وقد تلاحظ ان مصدر ترديده قد جاء من جانب بعض المتعلمين ، وليس من جانب الفئات المعنية اصلا ببرامج الارشاد الازراعى وهم جماعة الفلاحين .

٢ — التليفزيون :

كان دور التليفزيون منذ بدء ارساله فى عام ١٩٦٠ ، يكاد يكون غائبا تماما فى المجتمع الريفى ، حيث اقتصر تواجده وانتشاره فى اطار غياب التيار الكهربائى على محاولات كل من وزارة الثقافة والزراعة الزام بعض الجمعيات التعاونية شراء احد الأجهزة واستخدامها فى مناسبات معنية أو لدى احد المقاهى التى تقوم بتشغيل الجهاز بصفة خاصة فى مباريات كرة القدم وبعض التمثيليات والافلام لجمهورها مقابل اجر معين ، ولذلك كان جمهور المشاهدين ينحصر فى فئات وشرائح اجتماعية معينة كالموظفين والشباب وبعض الاعيان. وقد حدث تحول واضح فى انتشار التليفزيون وجمهور المشاهدين منذ منتصف السبعينيات وذلك بعد دخول التيار الكهربائى فى العديد من القرى ، واقبال العديد من القرويين من مختلف الفئات والشرائح الاجتماعية على حيازة اجهزة التليفزيون واصبح مشاهدة التليفزيون ، تعد احد ممارسات الحياة اليومية لدى قطاعات واسعة من الجماهير وبصفة خاصة فى فترة الارسال المسائية .

وتشير البيانات الميدانية ، الى ارتفاع معدلات حيازة اجهزة التليفزيون بقرية البحث ؛ فقد أشار (١٩٤) مبحوثا بنسبة (٩٧٪) من اجمالى المبحوثين من أفراد العينة البالغ عددهم (٢٠٠) فردا الى ان لديهم جهاز تليفزيون ، بل ان بعض المبحوثين ذكر ان لديهم اكثر من جهاز (ابيض واسود وملون) ومع هذا الانتشار الواسع لأجهزة التليفزيون بالقرية ، والذى قد يجعل من التليفزيون احد أهم مكونات بنية الاتصال بالقرية ، الا أن الفجوة بين حيازة الفرد لجهاز التليفزيون ، ومعدل تعرضه لبرامجه تبدو واسعة حاليا ، حيث تشير البيانات الى الانخفاض الملحوظ فى معدل تعرض القرويين اليومى لجهاز التليفزيون كما يوضح الجدول التالى :

جدول رقـم (٦)

(معدل التعرض للتليفزيون بقرية البحث)

معدل التعرض	العدد	٪
كل يوم	٨٠	٤٠٪
بظروفها	٨٠	٤٠٪
لا اشاهده	٤٠	٢٠٪
المجمـــوع	٢٠٠	

وتشير البيانات ان ما يقرب من (٦٠٪) من المبحوثين اما انهم يتعرضون الى التليفزيـون بطريقـــة الصدفـــة وحسب الظروف اولا يتعرضون له على الاطلاق ، فى حين ان (٤٠٪) فقط من اجمالى المبحوثين هم الذين يتعرضون يوميا الى التليفزيون ، وكانت اهم اسباب عدم الانتـــظام فى التعرض اليومى للتليفزيون - هى المشاغل وعدم وجود وقت بصرف النظـــر عن اية اعتبارات اخرى ، ويبدو ان تقلص وقت الفراغ لدى القرويين النـــاجم عن تزايد ضغوط الحياة وانشغال الجانب الاكبر منهم فى تدبير قوت يومهم ، والعمل باكثر من مهنة ، هو احد اسباب انخفاض تعرض المبحوثين الى التليفزيون ، خصوصا وأنه — على خلاف الراديو — يتطلب تفرغ كامل عند التعرض وحتى اذا توافر وقت الفراغ ، وهو عادة ، وقت السهرة فان التيار الكهربائى نتيجـــة لضعف المحولات وكثرة الاحمال — كثيرا ما ينقطع او يضعف بحيث يصعب معه تشغيل اجهزة التليفزيون ، وحتى اذا امكن تشغيل هذه الأجهزة ... ، فان الصورة عادة ما تكون غير واضحة خصوصا وان معظم هذه الأجهزة من النوع الأبيض والأسود مما يجعل من عملية المشاهدة امرا بالغ الصعـــوبة وباعثا للانصراف عن التليفزيون او تقليل وقت التعرض له وبالذات لدى كبار السن .

وتشير البيانات الى ان الجانب الاكبر من المبحوثين من افراد العينـــة الذين اقروا بتعرضهم للتليفزيون سواء التعرض اليومى او بالمصـــادفة ، ان معدل التعرض الغالب لا يتجاوز الساعة ، وان نسبة تعرض الفرد للتليفزيون لســـاعتين او اكثر فى اليوم لا تتجاوز (٢٠٪) من اجمالى عدد المتعرضـــين للتليفزيون ، وهو الأمر الذى يشير الى الانخفاض الواضح والمستمر فى اعتماد القرويين على التليفزيون كقناة اتصال بالمقارنة بالفترات السابقة التى اعقبت دخول وانتشار التليفزيون فى مجتمع القرية .

وتعد فترة ما بعد الظهر من الساعة الثالثة مساءا وكذا فترة السهرة ،

هى اكثر فترات المشاهدة تركيزا . ويبدو ان ذلك يعودالى ارتباط فترة ما بعد الظهر — عادة — باذاعة المباريات الرياضية ، وفى المساء والسهرة بالمسلسلات والأفلام التليفزيونية والتى تعد لدى القرويين على ما يبدو الدافع الرئيسى لحيازة التليفزيون أو التعرض له .

وعادة ما تتم مشاهدة التليفزيون فى اطار جمعى أو اسرى ويندر أن تتم بصورة فردية حيث كثيرا ما يجلس الفرد لمشاهدة التليفزيون فى حضور الأهل أو الاصدقاء ، أو الجيران وغيرهم ممن يشاركونه المشاهدة ، وعادة تدور المناقشات والتعليقات المتبادلة بينهم اثناء المشاهدة . والتى كثيرا ما تأخذ روح الدعابة والسخرية والحرج احيانا من بعض المشاهد وبالذات تلك التى تخرج عن التقاليد والأعراف التى يخبرها القرويون ومن ذلك صور العناق بين الرجال والنساء والرقص وغيرها . ويعد الرجال فى ذلك اكثر شعورا بالسخط والحرج من النساء لدى مشاهدة هذه الصور وقد عبر العديد من من المبحوثين فى حوارهم معنا عن قرفهم واشمئزازهم من بعض ممارسات التليفزيون وتكشف استجاباتهم عن هذا المعنى : « والله كلام فاضى ومسخرة يا استاذ » .. « الواحد بيحرج لما بيبقى قاعد مع أولاده ويشوف الكلام الفاضى ده » . انا والله لولا الأولاد ما اخلى التليفزيون ده ، « التليفزيون خراب » الى غيرها من الاستجابات التى تكشف عن عدم الرضى والرفض من بعض المشاهد التليفزيون التى كثيرا ما ترد فى المسلسلات والأفلام والاعلانات التليفزيونية التى تحظى باقبال واهتمام قطاع واسع من القرويين بالذات فئات النساء والشباب .

وقد دفعتنا هذه الاستجابات الى محاولة تعميق الحوار مع المبحوثين ، للوقوف على حقيقة الصورة الذهنية ومدى المصداقية التى يحظى بها التليفزيون لدى القرويين . ويبدو أن الطريقة التى تم بها ادخال التليفزيون الى القرية ، واقتصار تشغيله فى المقاهى على المباريات الرياضية والأفلام ، وافراط السياسة الاعلامية فى اطار الظروف التى مرت بها الدولة فى آواخر الستينيات والسبعينيات الى ترويج المضامين الترفيهية والخيالية الى ارتباط التليفزيون فى اذهان العديد من القرويين بانه وسيلة للفرجة والمتعة والانبساط وليست وسيلة ثقافية تعليمية اخبارية ، فالتليفزيون مطلوب فى البيت لا لشيىء سوى للفخرة وادخال البهجة والسرور على الأولاد أو لمنعهم من الاختلاط بأولاد الجيران ، او لشغل وقت الفراغ ، أو لمنع الشعور بالوحدة . هذه النظرة الترفيهية للتليفزيون تظهر بوضوح فى الثقافة القروية فى حالة وفاة أحد افراد الأسرة ، أو احد الجيران ، حيث يغلق التليفزيون تماما فى هذه الحالة ، ولأيام طويلة تعبيرا عن الحزن اذ لا يصح الفرجة على التليفزيون والانبساط والمتعة فى اطار هذه الثقافة ، مع ظروف الحزن التى يمر بها الآخرون .

وبجانب هذه النظرة الترفيهية للتليفزيون ، لسنا تصور متنامى ولافت النظر لدى العديد من الفئات وبالذات لدى جماعة الفلاحين والعمال والحرفيين بل وايضا بعض المتعلمين بالقرية بأن التليفزيون « حرام » . وقد تأكد لدينا ذلك وبصورة واضحة حينما طرحنا على المبحوثين من أفراد العينة السؤال المباشر الآتى : **هل التليفزيون حلال أم حرام ؟** ويكشف الجدول التالى عن نتائج استجابات المبحوثين اللفظية عن هذا السؤال :

جدول رقم (٧)

(راى المبحوثين فى جهاز التليفزيون)

الرأى	العـدد	٪
التليفزيون حلال	٩٠	٤٥
التليفزيون حرام	٧٠	٣٥
لا رأى	٤٠	٢٠
المجمـوع	٢٠٠	١٠٠٪

وتشـير بيانات الجدول ، ان نسبة غير قليلة تصل الى (٣٥٪) من اجمالى المبحوثين ، ترى ان الفرجة على التليفزيون اصبحت « حرام » نتيجة لما يقدمه من مشاهد يعتبرونها من وجهة نظرهم خارجة عن التقاليد ويحرمها الدين . ومع ادراكنا لافتعال طرح التساؤل بهذا الشكل المباشر ، وبالتالى افتعال نتيجة الاجابة عليه ايضا ، لاحتمالية أن يتجه المبحوث وبصورة آليـة بدافع الغيرة على الدين او الظهور بمظهر التدين .. الخ الى اصدار حكمـة « بحرمانيـة » التليفزيون ،الا أن الدلالة الحقيقية حتى لمثل هـذه الاجابة الافتعالية ، هو تأكيد وجـود موقف رافض لدى قطاع غير قليل من القرويين نحو ممارسات التليفزيون . واذا كان هذا الرفض يبدو مظهريا او شكليا ازاء حرص الفرد على حيازة التليفزيون أو التعرض له ، مما يكشف عن ازدواجية واضحة فى هذا المجال ، الا ان خطورته ، وهذا ما يعنينـا فى مجال التـأثير الثقافى ، تكمن فى اضعاف المقدرة التأثيرية للتليفزيون ، والنظر الى ما يقـدمه من مضـامين سواء فى شـكل مسلسلات او افلام أو اعلانات او برامج ثقافية واخبارية على أنها أشـياء غـير منطقيـة او خيـالية ، وانهـا فقط للفرجة والمتعـة والتسـلية و لاعلاقة لها بدنيـا الواقع الحقيقى ويستحيل تمثلها . وهذا ، على ما يبدو ، هو الاطار النفسى الفعلى الذى اصبحت تفهم وتفسر فى اطاره الكثير مـن المضامين التليفزيونية وبالذات تلك المتعلقـة بالمسلسلات والافلام التى يكثر رواجها لدى القرويين .

ومع ذلك ، وفى اطار هذا الجو النفسى والنظرة الثقافية الى التليفزيون يستخدم الافراد وبالذات جماعة شباب الفلاحين والحرفيين والصبية بالقرية بعض التعبيرات والمصطلحات التى ترد بالذات فى المسلسلات والاعلانات التليفزيونية للتندر واطلاق الأوصاف على بعضهم البعض ، « يا واد ياحامو » « حتسنك » ، « اصحى للون » الى غيرها من التعبيرات السوقية التى عادة ما ترد فى بعض المسلسلات التليفزيونية وتظل هذه التعبيرات تتداول لفترة ثم تختفى بعد انتهاء عرض المسلسل ليظهر مصطلح او تعبير آخر ويختفى وهكذا .

ويكشف الحوار مع جماعة المبحوثين ، حول القنوات التليفزيونية المفضلة عن ميل الغالبية العظمى من المبحوثين الى اقرار تفضيل القناة الأولى بالتليفزيون ، ويبرر هذا التفضيل على اساس أنها « بتجيب برامج حلوة » ومع ذلك ، فان الملاحظة الميدانية لسلوك تعرض المبحوثين للتليفزيون تكشف عن عدم وجود تفضيل معين لقناة بعينها ، ولكن يرتبط الامر بما تقدمه كل قناة من مضامين تتعلق أساسا بالمسلسلات والافلام والمباريات الرياضية . فقد تبين لى مثلا أن نشرة أخبار الساعة التاسعة مساءا لم تكن تحظى بأدنى قدر من الاهتمام فى النصف الثانى من شهر رمضان بالمقارنة بالاقبال الواسع للافراد بالقرية على مشاهدة مسلسل « ليالى الحلمية » الذى بدا يذاع فى تلك الفترة على القناة الثانية فى نفس توقيت اذاعة نشرة الاخبار على القناة الأولى .

وتتأكد هذه الملاحظة الميدانية مرة اخرى ، فى الحوار مع جماعة المبحوثين حول مدى تفضيلهم بين مشاهدة الافلام والمسلسلات العربية والافلام والمسلسلات الاجنبية اذا ما تصادف أن قدمت فى الوقت ذاته على قناتى التليفزيون الأولى والثانية ، فقد مالت الغالبية العظمى من المبحوثين وبالذات جماعة الفلاحين والعمال والحرفيين الى الاعراب عن تفضيلهم عندئذ لمشاهدة الافلام والمسلسلات العربية ، وتكشف استجاباتهم عن هذا المعنى « يا عم احنا فهمنا عربى لما حنفهم اجنبى » ، « هيه الافلام الاجنبية حلوة صحيح بس الواحد ما بيفرفش يتابعها كويس » ،« فى الافلام الاجنبية بيبرطموا كتير وعلى ما الواحد بيجى يقرا ما بيلحقش » ، الى غيرها من الاستجابات التى تشير الى سيادة تفضيل مشاهدة المسلسلات العربية على نظيرتها الاجنبية لدى المبحوثين ، وهى نتيجة لها دلالتها عند مناقشة تاثيرات البرامج الوافدة أو الاجنبية فى القرية المصرية .

وفى محاولة للتعرف على نوعية البرامج والمضامين التليفزيونية الاكثر رواجا وانتشارا بين القرويين طرحنا على المبحوثين السؤال الآتى : **ممكن تقولى الحاجات اللى بتتفرج عليها دايما فى التليفزيون وتحب تتابعها**

على طول ؟ وتكشف استجابات المبحوثين على هـذا التساؤل عن تفضيل البرامج التالية : المباريات الرياضيد ، المسلسلات العربية ، الأفلام ، البرامج الدينية « الشيخ الشعراوى ، ومصطفى محمود ، » برنامج عالم البحار ، نشرة الأخبار والاعلانات التجارية وبرامج المراة والطفل على الترتيب وفقا لمعدلات تكرارها ، وكان اللافت للنظر غياب اية اشارة الى البرامج الثقافية أو التعليمية وبرامج التوعية والارشاد الزراعى وغيرها من المضامين والبرامج التى يقدمها التليفزيون ، ويلاحظ هنا ان الانتماءات الاجتماعية والمهنية تلعب دورها فى تحديد ترتيب تفضيل مشاهدة هذه البرامج ، فالنساء مثلا فضلن فى المركز الأول المسلسلات العربية فى حين يفضل الرجال المباريات الرياضية ، ويهتم الحرفيون والعمال والطلبة والتجار فى المقام الاول بمشاهدة المباريات الرياضية فى حين تحظى المسلسلات والافلام بافضلة المشاهدة على المباريات الرياضية لدى جماعة الفلاحين والمهنيين والموظفين وهكذا .

وايا كانت درجة تاثير التمايزات الاجتماعية والمهنية فى تحديد افضليات المشاهدة التليفزيونية ، فان المراقبة المتعمقة للاسر الخمس محل دراسة الحالة ، تكشف أن الأبناء لعبوا الدور الأساسى فى انتقاء القناة او البرنامج الذى سيجتمع حوله أعضاء الأسرة لمشاهدته ، ويلى ذلك الزوجات واخيرا يأتى دور رب الاسرة الذى يبدو ان دوره يتقلص فى هـذا المجال الى حد كبير مما يشير الى الدور البالغ الذىيلعبه الابناء فى توجيه استخدام التليفزيون فى القرية المصرية . وبالتالى مدى الاستفادة من هذه الوسيلة الاتصالية .

ويكشف الحوار مع المبحوثين حول مدى اهمية التليفزيون فى حياتهم عن ميل الغالبية العظمى من المبحوثات من افراد العينة الى تاكيد ضرورة التليفزيون ؛ فى حين تباينت اراء المبحوثين من الرجال حول هذا الموضوع . فالبعض منهم وبالذات فئات الحرفيين والطلبة والتجار اشار الى ضرورة التليفزيون فى حين اشار البعض الآخر وبالذات فئات الفلاحين والمهنيين والموظفين الى عـدم ضرورته ورددوا فى ذلك استجابات مثل : والله اهو ذى عدمه ، هو زينة فى البيت وبس ، مش ديما ، الى غيرها من التعبيرات التى تكشف عن تدنى مكانة التليفزيون فى حياة هؤلاء الأفراد .

ويكشف الحوار مع المبحوثين الذين عبروا عن ضرورة التليفزيون(*) ، حول جوانب استفادتهم من التليفزيون فى حياتهم عن اعادة تاكيد الاستخدام الترفيهى للتليفزيون ، كما يوضح الجدول التالى :

(*) بلغ عـدد هؤلاء ١٤٠ مبحوثا فقط من اجمالى المبحوثين البالغ عـددهم (٢٠١) مبحوثا .

جـــدول رقم (٨)

« أوجه الاستفادة من التليفزيون »

اوجه الاستفادة	العــدد	٪
فى التسلية وتضييع الوقت	٨٠	٥٧ر١٤
فى معرفة احوال الدنيـــا	١٥	١٠ر٧٢
الواحد بيتعلم حاجات كثيرة من التليفزيون	١٢	٨ر٥٧
بيعرف الناس قرارات الحكومة	٨	٥ر٧١
بيعرف الواحد ازاى يصرف فى المشاكل	٢٥	١٧ر٨٦
المجمـــــوع	١٤٠	١٠٠٪

وتكشف بيانات الجدول ان الجـــانب الاكبر من المبحوثين (٥٧ر١٤٪) يستفيد من التليفزيون فى التسليـــة وتضييع الوقت فى حين لم تتجاوز نسبـــة الاستفادة من التليفزيون فى معرفة احوال الدنيا مثلا (الوظيفـــة الاخبارية) او التعلم من التليفزيون عن (١٠ر٧٢ ٪) و (٨ر٥٧ ٪) على الترتيب ، الامر الذى يؤكد ســيادة النظرية الترفيهية والاســـــتخدام الترفيهى للتليفزيون فى مجتمع القرية .

٣ ـــ الصـــحف :

ظل دور الصحف فى اطار انتشـــار الامة وصـــعوبة المواصلات محدودا فى القرية المصرية طوال فترة الخمسينات مع تحسن طفيف وبطىء خلال حقبتى الستينيات والسبعينيات فى اطار تزايد تواجد الموظفين واعـــداد المتعلمين فى القرى وتحســـن طرق ووســـائل المواصـــلات او فك عزلة الريف بصفة عامة واصبح من المألوف الآن ان نشاهد اكشـــاك توزيع الصحـــف فى الكثير من القرى المصرية وبالذات القرى « الأم » . وفى قرية « تطـــاى » يوجد موزع للجرائد ترد اليه الصحف من مركز الســـنطة وتشمل مختلف انواع الجرائد والمجلات اليوميـــة والاسبوعية ، وخلال حقبة الثمانينيات وفى اطار الانتعاش المـــادى الذى عايشته بعض الاسر نتيجة لسياسات الانفتاح والهجرة واعادة توطين الموظفين فى قراهم ... الخ . كان يتم الاتفاق بين موزع الصحف وبعض الأسر بالقرية من مختلف الفئـــات لتزويدها بجريدة او اكثر مقابل اجر مـــادى يدفع فى نهاية كل شهر . اما الآن وبعد ارتفـــاع اسعار الصحف ، فقد تلاشى هذا السلوك واصبح حصول الأفراد على الصحف يأتى من خلال الشراء المباشر

من مكان توزيع الصحف سواء فى القرية أو بالمدن المجاورة التى يترد الأهالى عليها سواء للعمل أو المبادلات التجارية .

وقد اتجه الحوار بداية مع المبحوثين حول الصحف للتعرف على الصورة الذهنية لديهم حول هذه الوسيلة الاتصالية ، حيث تبين لنا بوضوح ان القرويين يتعاملون مع الصحف منذ بداية معرفتهم بها باعتبارها أداة للتثقيف ومعرفة أخبار الحكومة واحوال الدنيا ، وأن هذا الفهم يتساوى لدى كافة الفئات الاجتماعية والمهنية بالقرية ، ومع ذلك نلمس تصورا متزايد لدى عدد غير قليل من المبحوثين للنظر الى الصحف باعتبارها اداة للتسلية وقضاء الوقت وتخص الناس المتعلمين الكبار وسكان المدينة وتكشف استجاباتهم عن هذا المعنى : « الجرنال للتسلية » ، « الجرنال للمدينة مش هنا يا بيه » ، « الجرنال النهاردة غالى يا عم » الى غيرها من الاستجابات التى تشير الى التحول المتزايد فى الرؤية التقليدية للقرويين نحو الصحف وذلك فى اطار خلو مضمونها من الاحداث الهامة أو المتعلقة بالقرويين وغلو اسعارها وقيام وسائل الاتصال الاخرى بمهمة نقل الاخبار بصورة اسرع واكثر حيوبة وملاءمة للقرويين .

ويظهر الحوار مع المبحوثين من مختلف الفئات حول مدى تعودهم على قراءة الجرائد عن انخفاض ملحوظ فى معدلات تعرضهم اليومى للجرائد ، ويوضح الجدول التالى هذه الحقيقة .

جدول رقم (٨)

« درجة تعود المبحوثين على قراءة الجرائد »

درجة التعود	العدد	٪
يقرأها كل يوم	٤٠	٢٠
أحيانا	٧٠	٣٥
لا يقرأها	٥٠	٢٥
لا يعرف القراءة	٤٠	٢٠
المجموع	٢٠٠	١٠٠ ٪

وتكشف بيانات الجدول أن (٢٠ ٪) فقط من اجمالى افراد العينة هى التى تقرأ الجرائد بصورة منتظمة ويوميا وحتى هذه النسبة تبدو مبالغ فيها وغير واقعية فى اطار حرص بعض المبحوثين وبالذات جماعة الموظفين والطلبة

الظهور امامنا بمظهـر المتعلم او « المتنـور » فى حين تكشف الملاحظة الميدانية المباشرة عن خروج أعـداد غير قليلة من الأفراد عن دائرة الانتظام اليـومى فى قراءة الجرائد نتيجة لارتفـاع اسعارها ، وتقلص فرص تبـادل الجرائد او استعارتها نتيجة لضـيق الوقت واشتغال الفرد بأكثر من مهنـة واحدة ، فضـلا عن رتابة وروتينيـة المعلومات والاحداث التى تقدمها الصحف ، ومع ذلك تظل نسبة غير قليلة (٣٥٪) من اجمـالى المبحوثين تقرا الجرائد احيـانا او بالمصـادفة سواء بالشراء حينمـا تتاح لها الفرصـة لذلك أو من خلال الاستعارة من الآخرين فى المواصلات واماكن العمل وغيرها .

وقد أوضح بعض المبحوثين من افراد العينة الذين قرروا عـدم قراءتهم للصحف رغم توافر مهـارة القراءة لديهم والبالغ عددهم (٢٥٪) من اجمـالى المبحوثين انهم كانوا يقراون الجرائد من قبل ، ثم توقفوا ، وان سبب هذا التوقف يعود وفقا لاستجاباتهم اللفظيـة الى ضـيق الوقت او المشغولية على حـد تعبير بعض المبحوثين ، ولكن يبدو ان السبب الحقيقى وراء هـذا التوقف يعود فى رأينـا — الى ارتفاع اسعار الصحف ، وهو الامر الذى يكشف عنه احد المبحوثين ، وهو موظف بالجمعيـة التعـاونية بالقرية ، بقوله : « انا حجيب ستة جنيه للجرنال كل شهر منين ، هو المرتب فيه كام ستة جنيه، ما اجيب بهم عيش لأولادى أحسـن » .

وقد تبدى انخفاض معدل تعرض المبحوثين للصحف بالقرية مرة أخرى ، عندما عاودنا طرح السـؤال الآتى عليهم : **يا ترى آخر مرة قرات فيها الجريدة كانت امتى ؟** فقد ذكر الجانب الأكبر من المبحوثين الذين اقروا بقراءة الجرائد ، ان ذلك كان من يومين ثلاثة ، وتدنى الى حد كبير نسبة من اشار الى « اليوم » او حتى « امس » ، وحضرا ، بلغ عـدد هؤلاء «٢٠» مبحوثا من اجمـالى (١١٠) مبحوثا اقروا بقراءتهم للجرائد ، الامر الذى يؤكد مرة أخرى انخفاض معدلات الانتظام اليومى فى قراءة الجرائد لدى القرويين على اختلاف فئاتهم المهنيـة .

وقد حرص الجـانب الاكبر من المبحوثين ، ممن يقراون الصحف ، فى حديثهم معنـا حول عـدد الجرائد التى يقراونها ومصـدر الحصول عليها ، على تأكيـد انهم يقراون اكثر من جريدة واحدة ، وانهم يشترون هذه الجرائد وهو اقرار ينبغى ان ياخذ بشىء من التحفظ فى اطار محاولة البعض وبالذات فئـات الموظفين والمهنيين والطلبة الظهور امامنـا بمظهر المتعلم الذى يقرا اكثر من جريدة والقـادر على شرائها ، وليس العاجز عن هذا الشراء ، على ضوء نزعة المظهرية اوحب المجاراة ، التى توجه حديث هؤلاء الافراد باعتبارهم من مثقفى القرية ، وهو امر يتناقض تمـاما مع المعطيات الواقعية وبيـانات الملاحظة الميدانية ، التى تكشف ان جانبا كبيرا من الافراد ، وبالذات جماعـة

الفلاحين والعمـــال والموظفين وبالتحديد من متوسطى وكبار السن من أعضاء هذه المهن ، تقرأ جريدة واحدة ، ومن خلال الاستعارة من الآخرين .

وبصرف النظر عـــدد الجـــرائد التى يقراها المبحـــوثون ، أو مصـــدر الحصول عليهـــا ، فان الامر الاكثر اهميـــة يتعلق بالوقت المستغرق عـــادة فى قراءة الجريدة ، ويظهر الحوار فى هـــذا الجانب ، أن وقت الفراغ المتاح وليس طبيعة المضـــامين المثارة ، هو العنصر الحاسم فى تحديد مدة تعرض الفرد للجريدة ، وهو امر يتفق مع الصـــورة الذهنيـــة التى توجه تعـــامل القرويين مع الصحف ، على النحو الذى اشرنا اليه من قبـــل ، فالمســـالة ما هى الا مســـألة تسلية وقضـــاء وقـ تالفراغ والالمـــام ببعض القرارات التى تتخذها الحكومة فاذا ضـــاق وقت الفراغ قلت مدة القراءة او حتى اهملت الصحيفة تماما . وعلى ضـــوء هـــذه الحقيقـــة ، أقر الجـــانب الاكبر مـــن المبحوثين بنسبة (٥٥٪) ان الوقت المستغرق فى قراءتهم للجريدة يتوقف على الوقت المتـــاح للفرد « حسب الظروف ولم تتجاوز نســـبة من أقر بقراءته للجريدة لمدة ســـاعة او اكثر عن (٢٠٪) واشـــار بقية افراد العينة (٢٥٪) الى معدلات منخفضـــة للوقت المستغرق فى القـــراءة ، يتراوح بين خمس دقائق ونصف ســـاعة وهى معدلات لا تكفى الا للالمام السريع بموضـــوعات الجريدة دون تدقيـــق أو تمحيص .

وتكشف الملاحظات الميدانية ، ان للاختلافات الاجتماعية والمهنية بين الأفراد علاقة مباشرة بالوقت المستغرق فى قراءة الجريدة ، فالذكور أكثر تفوقا من الاناث فى الوقت المستغرق فى قراءة الجريدة ، كمـــا ان جمـــاعة الشيوخ (٦٠ ســـنة فأكثر) اقل تعرضـــا من حيث الوقت المستغرق فى قراءة الصحيفة من الشباب ومتوسطى العمر ، رغم توافر الوقت لديهم نتيجة لضعف حاسة الابصـــار لديهم ، كذلك ، فان جمـــاعة الموظفين والمهنيين والحرفيين على الترتيب تعتبر نسبيا من أكثر الفئـــات المهنية اســـتغراقا فى قراءة الصحف بالمقارنة بفئات اخرى مثل العمال والفلاحين والطلبة والتجار .

وأيا كانت هـــذه الاختلافات ، فان المراقبة المتعمقة لسلك القراء على اختـــلاف انتماءاتهم الاجتماعيـــة والمهنية فى التعـــامل مع الصحف يؤكد تدنى الوقت المستغرق بصفـــة عامة فى قراءة الصحف ، حيث عادة ما يقوم الفرد بتصفح سريع للعنـــاوين الرئيسية لصفحات الجريدة أو انتقاء مضـــامين معينة دون سواها يغلب عليها هنـــا ، الصفحات الرياضية ، والحوادث ، والاخبار الداخلية وفقـــا للاهتمامات المختلفة .

ويظهر الجـــانب الاكبر من المبحوثين فى اســـتجاباتهم عن تساؤلنـــا **يا ترى أنت متعـــود تقرا جـــريدة معينـــة بالـــذات ولا اى جـــريدة ؟**

ميلا واضحا لتأكيد ارتباطهم بجريدة معينة ، وتأكد لدينا هـذا الميل بمراقبة مسلك القراء فى تعاملهم مع موزع الجرائد بالقرية ، حيث يفضل الأفراد شراء جريدة بعينها ، ويبدو ان هذا التفضيل يعود فى المقام الاول الى عامل التعود ، بصرف النظر عن اية اعتبارات اخرى قد تتعلق مثلا بالمصـداقية ، او نوعية كتاب الجريدة ومواقفهم ، او المضمون او الاخراج ... الخ . وكان من اللافت النظـر ان يتجه بعض المبحوثين من جماعـة الحرفيين الى تأكيد ارتباطهـم بجريدة معينـة بسبب ميولها الرياضية .

ويبدو ان مركز المجلات الاسبوعية فى القرية ضـعيف الى اقصى حـد لدرجة ان ورود هذه المجلات الى موزع الصحف بالقرية يقتصر على الاتفـاق المسبق مع الموزع على احضارها وتتحـدد اسـاسا فى مجـلة الاذاعة والتليفزيون ، يبـدو بسبب البرامج التعليمية التى تنشرها هذه المجـلة ، وآخر سـاعة ، والاهلى الرياضى وقد برر العـديد من المبحوثين اسباب عدم اقبالهم على قراءة المجلات لعوامل تعود الى ارتفاع اسعارها وعدم وجود وقت لديهم واكتفائهم بقراءة الجرائد افضل .

وقد اظهر عـدد قليـل من المبحوثين بين جماعـة الفلاحين والعمـال والحرفيين وبالذات النسـاء منهم ، عجزا واضـحا فى القدرة على حصر اسمـاء بعض الجرائد الحزبيـة الموجـودة فى السـوق ، وقد تزايد هـذا العجز بين الفئـات المهنيـة الاخرى حينمـا طلب منهم تحديد يوم صـدور كل جريدة حزبية ، ولم نصـادف حالة واحدة بين جمـاعة المبحوثين على اختلافهـم استطاعت حصر جميع الصحف الحزبيـة ويوم صدور كل منهـا مما يشـير الى ضعف مركز هذه الجرائد ايضـا فى مجتمع القرية ، ومع ذلك يمكن القول ان اسـماء جرائد الوفد والشعب والاهالى على الترتيب معروفة لدى نسبة غير قليلة تصل الى (٤٠٪) من جمـاعة المبحوثين القادرين على القراءة فى عينـة البحث .

بيد ان اللافت للنظر ، هو ذلك المركز المتصـاعد الذى تحتله جريدة الوفد ، وبالذات بعد صـدورها اليومى ، فقد اصبح مركز هذه الجريدة فى مجتمع القرية ينـافس مركز الصحف القومية مثل الاخبار ، الجمهـورية والاهرام ، ذات التاريخ الطويل فى مجتمع القرية ، وفى اطار ارتفـاع اسعار الصحف ، وانخفاض ظاهرة شراء الفرد لأكثر من جريدة واحدة ، كثـيرا ما يقارن الفرد لحظة الشراء بين شراء جريدة الوفد او الجريدة القومية التى تعود شرائها ، وكثيرا ما يميـل الى شراء جريدة الوفد فى اطار تنـوع موضوعاتها بعد ان اصبحت يومية ، وما تحمله من عنـاوين وانتقادات صارخة لممارسات الحكومة ، والانحرافات بعض المسـئولين ، على النحو الذى يستهوى القرويين ويفضلونه ، ولا تقوم به الصحف اليوميـة الاخرى ، ويدعم ذلك

انخفاض نسبة مرتجعات جريدة الوفد التى ترد الى موزع الصحف بالقرية حيث يصل حوالى (١٢٠) نسخة يوميا من الجريدة تباع جميعها يومى الاحد والخميس (حيث يعقد سوق القرية) ولا يتجاوز حجم المرتجعات فى بقية ايام الاسبوع عدد يتراوح بين ٢٠ — ٢٥ نسخة ، وكذلك اختفاء هذه الجريدة فى الساعات الاولى من الصباح عند ورودها الى القرية لدى حدوث ازمة او احداث هامة كتغير الوزارة ، او وقوع حادثة اغتيال او اطلاق نار او حريق ضخم مثل الحريق الذى وقع بمبنى التليفزيون أو فندق شيرتون المطار مؤخرا . فى هذه الاحوال يرتفع مركز الصحف الحزبية ، ويتزايد اقبال الافراد عليها بحثا عن اية معلومات تؤيد الاشاعات التى تتناقلها مصادر الاتصال الشخصى لمثل هذه الاحداث ، او ما يخالف الرواية الرسمية التى تتناقلها اجهزة الاعلام الحكومية ، ويظل الامر هكذا متى ظل الحدث ساخنا ثم ما تلبث الامور فى العودة الى سيرتها الطبيعية حيث يضعف مركز الصحف الحزبية ، ويعود مركز الصحف القومية الى وضعه الطبيعى والمعتاد باعتبارها الصحف الاكثر رواجا وانتشارا .

وقد اتجه الحوار مع المبحوثين للتعرف على نوعية المضامين المفضلة لديهم فى الجرائد التى يقراونها ، وتحدد السؤال على النحو التالى : **يا ترى ايه الموضوعات اللى بتحب تقراها دايما فى الجريدة اللى بتقراها ؟** وتكشف استجابات المبحوثين اللفظية على هذا التساؤل عن رواج ترديد الموضوعات التالية : الرياضة ، والاخبار الداخلية والخارجية ، والحوادث وجدول برامج الاذاعة والتليفزيون ، والوفيات ، ذلك لدى كافة الفئات المهنية والاجتماعية دون تمايزات الامر الذى يعيد تأكيد ما سبق ان اشرنا اليه من قلة الوقت المستغرق فى قراءة الجريدة وتنامى نظرة التسلية الى الجرائد لدى القرويين عوضا عن النظرة التقليدية المعروفة لديهم عن الصحف باعتبارها اداة للتثقيف ومعرفة اخبار الدنيا واحوال الحكومة . ويبدو أن لروتينية الاخبار التى تنشرها الصحف وركود الاحداث فى المجتمع بصفة عامة ، وانصراف جل مضمون الصحف عن مناقشة قضايا ومشاكل القرية المصرية له علاقة بهذا التغيير فى نظرة القرويين الى الصحف واسلوب تعاملهم معها .

وقد عاودنا التاكد من صحة هذه الحقائق مرة اخرى ، عندما جرى طرح السؤال الآتى على المبحوثين من القراء ، **طب اول متمسك الجريدة متعود تقرا فيها ايه بسرعة وبعدين ايه بالتفصيل ؟** وهنا عاود المبحوثين على اختلافهم ، الحديث عن قراءة العناوين (المانشتات) بسرعة ثم قراءة اخبار الرياضة والجريمة بالتفصيل واللافت للنظر هنا غياب اية اشارة الى المقالات الافتتاحية او السياسية وكتاب الاعمدة الثابتة ،

مما يشير الى تدنى المهمـــة التثقيفيـــة أو التوجيهيـــة للصحف فى القرية المصرية .

ومع ذلك ، يبدو أن الصحف كأداة اتصـــالية قد استقرت كظــــاهرة اجتماعية فى حيـــاة القرويين ، وقد تبدى ذلك بوضـــوح عندما طرحنا على المبحوثين الســـؤال الآتى : **هل النـــاس فى البـــلد ممكن أن تستغنى عن الجـــرائد ؟** حيث مالت النسبة الغالبـــة من جماعـــة القراء وبالذات فئـــات الموظفين والمهنيين وبعض الحرفيين الى النفى وتأكيد أهمية وجود الجرائد وعدم القـدرة على الاستغناء عنها . ويبدو أن سبب تمســـك هـــؤلاء الأفراد بالصحف رغم فقدان مصداقيتها وتراجع مركزها الاتصـــالى بالمقـارنة بالوسائل الاتصـــالية الأخرى يعود الى استفادة بعض الجماعات بالقرية من الصحف فى تدعيم قدراتها الاتصـــالية ، وخلـــق موضـــوعات للحـــوار مع الآخرين[١] . والظهور أمام الآخرين بمظهر « العـــارف » و « المثقف » الذى يقرأ الجرائد ويحملها معه فضـــلا عن المهام الاخرى التى تقوم بها الصحف فى مجال الاعلان عن فرص العمـــل فى الداخل والخـــارج خصـــوصا مع تزايد البطالة ، وفى التسلية وتضييع الوقت ومعرفة مجريات الأمور فى الدولة بصفة عامة حتى من قبيـــل الفرجة والالمـــام بالشىء بصرف النظر عن مدى صـــدقه أو جديته .

٤ — أشرطة التســـجيل :

بدأ ظهور أجهزة التسجيل فى القرية المصرية بصورة ملحوظة منـــذ النصف الثانى من حقبتى السبعينيات معتدا فى نطاق ظاهرة الهجرة المؤقتـــة للقرويين للعمل بالدول العربية المجاورة بالذات الى ليبيـــا والعراق والأردن وغيرها . حيث كان يحرص البعض وبالذات جماعة الفلاحين والحرفيين على شراء جهاز تســـجيل عند عودة كل منهم من الخارج ، وقد تزايد انتشــــار هذه الاجهزة ورواجها بعـــد ذلك فى القرية المصرية بعـــد اتساع نطاق ظاهرة الهجرة والانفتـــاح والرواج المـــادى بالقرية حتى أصبحت اليوم أحد معالم مكونات بنيـــة الاتصـــال الهامة بالقرية المصرية .

وقد أقر الجانب الاكبر من المبحوثين بنسبة (٥٥٪) من اجمـــالى أفراد

(١) تكشف الملاحظة الميدانية المباشرة هنـــا أن الصحف تلعب بالذات الدور الاساسى فى تغذية أنمـــاط الاتصـــال الشخصى بالمعلومات ، حيث كثيرا ما يستعين الأفراد من جمـــاعة قراء الصحف فى ابداء وجهة نظرهم فى القضايا والمشكلات المختلفـــة بما قد تطرحـــه الصحف من مواقف وتصورات بصرف النظر عن مـــدى اقتناع الأفراد بهـــا ، وهو الأمر الذى ينبغى أن يأخذ فى الحســـبان عنـــد مناقشة تأثير أدوات الاتصـــال وتحديد مركز وفاعلية كل أداة فى النظام الاتصـــالى بالقرية .

العينــة البالغ عــددهم (٢٠٠) مبحوثا بحيازتهم لأجهزة التسجيل ومع ذلك ، فان نسبة التعود أو الانتظام فى سماع شرائط هــذه الاجهزة تبــدو منخفضة نسبيا بالنظر الى حداثة هذه الاجهزة من جهــة ، والارتفاع النسبى فى نفقات تشغيلها بسبب ارتفاع أسعار الشرائط من جهــة أخرى ، ويكشف الجدول التالى عن هذه الحقيقة :

جــدول رقم (٩)

(درجة تعود القرويين على سماع شرائط التسجيل)

درجة التعود	العــدد	٪
دائمــــا	٧٠	٣٥
احيـــانا	١٢٠	٦٠
لا يسمعها	١٠	٥
المجمـــوع	٢٠٠	١٠٠٪

ويكشف البيانات أن (٣٥ ٪) فقط من اجمــالى المبحوثين اقر بتعوده على ســماع شرائط التســجيل بانتظام . فى حين أن النســبة الغالبة (٦٠ ٪) اوضحت أنهــا تستمع الى هــذه الشرائط بصورة غــير منتظمة أو احيانا . ولم تتجاوز نســبة من لا يستمع الى هذه الشرائط على الاطلاق (٥ ٪) من اجمــالى المبحوثين وقد ارجعوا ذلك الى اسباب تعود الى عدم حيازة جهاز تســجيل أو عدم التعود ... الخ .

وكان من الطبيعى أن نعاود التثبت من معدلات تعرض المبحوثين لأجهزة التسجيل ازاء اقرار الغالبية (٦٠ ٪) باستماعها الى هذه الاجهزة بصورة غير منتظمــة « أحيــانا » على النحو الســابق ، ولذا طرحنا عليهم السؤال الآتى : **يا ترى آخــر مرة استمعت فيهــا لشرائــط التسجيل كانت امتى ؟** وتكشف استجابات المبحوثين اللفظية على هذا التســاؤل عن انخفاض معدلات التعرض اليومى أو المنتظم لأجهزة التســجيل ، فقد اختفت تماما نسبة من اشــار الى « اليوم » أى يوم اجراء الحوار ذاته ، ولم تتجاوز نسبة من اشار الى « امبــارح » (٢٥ ٪) من اجمــالى المبحوثين ، واظهرت بقية الاستجابات مدة زمنيــة اطول تراوحت بين « من يومين ثلاثة » « وأسبوع » وأكثر من اسبوع و « شــهر » ممــا يؤكد انخفاض معدلات التعرض اليومى أو المنتظم لأجهزة التســجيل .

وتكشف المشاهــدات الواقعية لمسلك القرويين فى التعامل مع اجهــزة

التسجيل أن للتمايزات الاجتماعية والمهنية علاقة مباشرة بمعدلات التعرض المنتظم لهذه الوسيلة الاتصالية فالشباب اكثر انتظاما فى التعرض لأجهزة التسجيل من متوسطى وكبار السن ، كما أن النساء وبالذات ربات البيوت أكثر من الرجال اقبالا على سماع أشرطة التسجيل كذلك ،فان جماعة الحرفيين والعمال والتجار تعد من أكثر الفئات المهنية انتظاما فى سماع اشرطة التسجيل وهكذا .

وفى محاولة للتعرف على مدى ارتباط القرويين بأجهزة التسجيل او حاجتهم اليها ، توجهنا الى المبحوثين بالسؤال الآتى : **لو قعدت فترة طويلة ما تسمعش فيها لشرائط التسجيل ياترى تشعر بحاجة ؟** ويكشف الجدول التالى عن نتائج استجابات المبحوثين اللفظية على هذا التساؤل :

جدول رقم (١٠)

« نتائج عدم استماع القرويين لأجهزة التسجيل مدة طويلة »

النتيجة	العدد	٪
اشعر بملل	٦٠	٣٠
ولا حاجة عادى	١٤٠	٧٠
المجموع	٢٠٠	١٠٠٪

وتوضح بيانات الجدول أن نسبة لم تتجاوز (٣٠٪) فقط من اجمالى المبحوثين ، هى التى اكدت شدة ارتباطها بأجهزة التسجيل ولذلك فهى تشعر «بملل» فى حالة انقطاعها عن سماع هذه الاجهزة لفترة طويلة ، وهو أمر يؤكد من ناحية دقة البيانات السابقة التى أشرنا اليها من قبل حول انخفاض معدلات التعرض المنتظم لأجهزة التسجيل فى القرية ، ومن ناحية أخرى الى الدور الترفيهى الذى تلعبه هذه الاجهزة فى حياة القرويين من ناحية أخرى ، فى حين أوضحت الغالبية العظمى (٧٠٪) من اجمالى المبحوثين ان عدم استماعها الى اجهزة التسجيل مدة طويلة لا يعنى شيئا « ولا حاجة عادى » . ذلك أن اجهزة التسجيل ترتبط فى أذهان هؤلاء الافراد بأنها اداة للترفيه والمتعة وسماع الاغانى والمواويل وقصائد المديح والقرآن الكريم ، ولما كان الفرد منهم يستطيع الاستماع الى بعض هذه الاشياء من وسائل اخرى كالراديو مثلا او أن هذه المضامين لا تلبى لهم حاجة فعلية فى اطار انهماكهم فى تدبير قوت يومهم ، فان عدم الاستماع الى أجهزة التسجيل

لا يجعل الفرد منهم يشــعر بأن شــيئا ينقصه وهو المعنى الذى عبر عنه بعض المبحوثين بقولهم « حد فايق يا أستاذ للمسجلات » .

والاستماع الى شرائط التسجيل نشاط يمارسه الفرد فى أماكن متعددة يأتى على رأسها البيوت ، وذلك بسبب يعود الى ارتفــاع معدلات حيــازة الأفراد لأجهزة التسجيل ويلى ذلك ، محلات البقالة والحياكة ، والمقهى التى عادة ما يترك أصحابها أجهزة التسجيل تعمل بها طوال اليوم وبصوت مرتفع نســبيا ، ثم فى المواصلات ووسائل النقل حيث يحرص الســائقون على تركيب جهاز تسجيل فى المركبة التى يعملون عليها مع حيازة كمية كثيرة ومتنوعة من الشرائط « لزوم التســلية فى الطريق » على حد وصف أحــد المبحوثين واخيرا لدى الجيران .

وقد اتجه الحوار مع المبحوثين بعد ذلك للتعرف على نوعية الشرائط المفضــلة لديهم ، وطرحنا عليهم السؤال الآتى ، **تقدر تقولى أسماء الشرائط اللى بتفضل دايمــا تســمعها ؟** ووفقا لاســتجابات المبحوثين على هــذا التساؤل ، تأتى شرائط الاغانى فى المرتبة الاولى « أم كلثوم ، محمد عبد الوهاب عبد الحليم حافظ ، نجــاة — فايزة على الترتيب » ويلى ذلك فى المرتبــة التالية الشرائط الدينيــة ويأتى على رأسها شرائط القرآن الكريم وبالذات شرائط الشــيخ الطبــلاوى ، وعبد الباسط ، وشرائط الشــيخ كشك ، والمديح النبــوى ، وفى المرتبة الثالثة تأتى شرائط المواويل الشعبية التى تحكى قصص وحكايات شعبية بأسلوب انشــادى واللافت للنظر هنــا أن بعض المبحوثين وبالذات جماعة الحرفيين قد تحاشوا امامنا ترديد أسماء شرائط مثل عدوية ، وحسن الاسمر ، وعبد العمدة ، وعلى حميــدة « لولاكى » وهى نوعية من الشرائط تتميز بالميوعــة والخلاعة ، رغم كثرة وتكرار استخدامها بطريقــة يلمســها بوضوح اى متجول فى شوارع القرية ، الامر الذى يشــير الى الدور البالغ الذى أصبحت تلعبه هذه الشرائط فى الثقافة المحلية وأهمية اجراء تحليــل لمضمونها .

٥ — الفيــديو :

بدأ الفيديو يظهر بصورة ملحوظة فى القرية المصرية فى أواخر السبعينيات ومطلع الثمانينيــات ، وقد اقتصر ظهوره فى البداية على عــدد محدود من المقاهى التى سعت الى زيادة عــدد روادها الذى انخفض بشــكل ملحوظ نتيجة انتشــار أجهزة التليفزيون فى البيــوت وذلك من خلال عرض الافــلام وبالذات تلك المتعلقة بالعنف والجنس التى تستهوى جماعة الشباب وخصوصا فئــات الحرفيين والطلبة ، ثم أخذت هذه الاجهزة فى الانتشــار خلال حقبــة الثمانينيات نتيجة لعمليات الهجرة والانفتــاح التى بدأت آثارها تظهر بوضوح

فى القرية المصرية خلال هذه الحقبـة وأصبح حيـازة جهاز الفيـديو مظهر من مظاهر المكـانة والتفاخر بالقرية .

وتوضـح بيـانات الحصر الشـامل لعـدد حائزى جهاز الفيـديو بقرية «تطاى» عن وجود ما يقرب من (٣٠) جهاز فيديو بالقرية يمتلكها الافراد ، نلاحظ أن غالبيتهم من جمـاعة الموظفين والمهنيـين والحرفيين الذين عملوا بالخارج . بيـد أن أثر هـذه الاجهزة لا يتحدد فقط فى عـدد حائزيها أو حتى اسرهم ولكن يمتـد ليشمل قطـاع أوسـع حيث عـادة ما تأخـذ المشاهدة هنـا طابعا جماعيا ، حيث يتم دعوة الاقارب والاصـدقاء والجيران للمشـاهدة الجمـاعية للفيلم ، بل أن الملاحظة الجديرة بالاشـارة هنـا : هو أن بعض حائزى هذه الأجهزة لديهم جهاز للارسـال « هوائى » يتيح نقل الفيلم المعروض بالفيديو الى أجهزة الاستقبال التليفزيونى فى البيوت الاخرى المجـاورة وفى دائرة غير قليلة من المنطقة الواقع فيهـا جهاز الفيديو المرسل وبهذه الطريقة أمكن حل مشـكلة اسـعار شرائط الفيـديو حيث كثيرا ما يتم الاتفاق بين اهل المنطقة على الاشتراك فى دفع نفقات شراء شرائط الفيـديو الجديدة مقـابل استمتاعهم بالمشـاهدة وهم جلوس فى بيوتهم ، ويتـولى ادارة هذه العمليـة وجمع الاشتراكات صاحب جهاز الفيديو المرسل ويحقق من وراء هذه العملية فائضا ماليـا مربحا .

وقد ارتبطت الصـورة الذهنيـة لدى القرويين بالفيديو بالطريقـة التى تم بها ادخال الفيديو الى القرية وبالذات طريقة استخدامه فى المقاهى حيث كان يكثر عرض أفلام العنف والجنس ومن هنـا ينظر الكثير من القرويين الى الفيديو على أنه جهـاز « للفرفشـة » « والمتعة » ويتبين ذلك بوضوح فى تحرج البعض وبالذات النسـاء عند الحديث معهم حول مدى حيازتهم لجهاز الفيديو « يا عم الفيديو ده كلام فاضى » ، « هو احنـا بتوع فيديو برده » ، « حـد رايق للفيديو » « الفيديو له ناسـه » « النسوان عينها بقت جامدة وبتحب تتفرج على الفيديو » « والله الفيـديو ده حرام » الى غـيرها من الاستجابات التى تكشف عن عمق النظرة الترويحية والخارجة لدى القرويين عن الفيـديو .

ويظهر الحوار مع المبحوثين من افراد العينـة حول مدى تعودهم على مشـاهدة الفيـديو عن انخفاض نسبى فى معدلات التعود على مشـاهدة الفيديو بين القرويين ويكشف الجدول التالى عن هذه الحقيقة .

جـــدول رقـــم (١١)

« درجة تعـــود القرويين على مشاهدة الفيديو »

درجة التعـــود	العـــدد	٪
دايمـــــا	١٠	٥
احيـــانا	٧٠	٣٥
لا	١٢٠	٦٠
المجمـــــوع	٢٠٠	١٠٠٪

وتشـــير بيانات الجدول أن (٥٪) فقط من اجمـــالى المبحوثين هى التى تشـــــاهد الفيديو بصـــوره دائمة ومتعمقة ، وان (٣٥ ٪) تشاهد الفيديو من حين لآخر او « حســـــب وقت الفراغ والظروف » فى حين أن (٦٠٪) من اجمـــالى افراد العينة قررت بأنها لا تشـــاهد الفيديو . بيد أن اللافت للنظر عند تعميق الحوار مع هؤلاء الأفراد حول اسباب عـــدم مشـــاهدتهم للفيديو هو ميل الجانب الاكبر منهم الى الحديث عن ضيق الوقت وعـــــدم الفراغ ، بمـــا يعنى استعدادهم لمشاهدة الفيديو اذا ما توافر هذا الوقت ، رغم حديث بعضـــــهم الســـابق حو لتحريم وابتذال الفيـــديو ورواده ، مما يكشف عن ازدواجية واضحة فى موقف هؤلاء ازاء الفيـــديو ، وهى الازدواجية التى يبدو انها تسـيطر على سلوك وتصرفات القرويين فى الكثير من مناحى الحيـــاة فى الوقت الراهن .

وقد اتجه الحـــوار مع جمـــاعة المبحوثين الذين اقروا بمشـــاهدتهم للفيديو والبالغ عـــددهم (٨٠) مبحوثا للتثبت من معدلات تعرضهم للفيديو ، وطرحنـــا عليهم الســـؤال الآتى : **يا ترى آخر مرة تفرجت فيها على الفيديو كانت امتى ؟** حيث مالت النسبة الغالبـــــة من هـــؤلاء المبحوثين الى ترديد عبارات من قبيل « من يومين ثلاثة » « من عشرة أيام » ، « من شـــــهر » « مش فاكر والله » ، ولم تظهر بين استجابات المبحوثين من اشـــــار الى « اليـــوم » أو « امس » ، الامر الذى يشـــير الى انخفاض معدلات التعود على مشـــــاهدة الفيديو وارتباط هذه المشـــاهدة بتوافر اشرطة الفيـــديو من ناحية والوقت المتاح للفرد من ناحية اخـــرى .

ومشـــاهدة الفيديو نشـــاط اصـــبح يمارسه القرويون فى اماكن متعددة فى البيوت ، ولدى الاصـــدقاء والجيران وفى المقهى ومع ان المشاهدة تتم فى اطار جمعى كمـــا اشرنا من قبل الا أن الجميع يجلسون ، وايديهم لا تخلو من

اكياس اللب والســـودانى « لزوم القعدة والتســلية » وعيونهم مشــدودة الى شــاشة التليفزيون ، حيث لا تتم مناقشــة مضمون الوقائع وأحــداث المشــاهدة بينهم باستثناء بعض الضحكات والنكــات التى تظهر بين الحين والآخر من بعض الجلوس وبالذات الرجال حول بعض المشاهد الخــارجة وبالذات تلك المرتبطة منها بالعلاقة بين المراة والرجل .

وقد اظهر المبحوثون قدرة واضــحة على تذكر وقائع آخــر الافــلام التى شاهدوها على الفيــديو ، حينمــا وجهنا اليهم السؤال الآتى : **تقــدر تقوللى آخر مرة تفرجت فيهــا على الفيديو كانت بتتكلم عن ايه ؟** ومع ذلك فقد تدنت هذه القــدرة الى حــد كبير حينما طلب منهم تذكر اسماء هــــذه الافلام او ممثليها . واكتفى المبحوث برواية ملخص للقصــة مما يشــير الى ارتفاع درجة انتباه المبحوثين وحرصهم الشديد على متابعة وقائع ما يشاهدونه من أفلام وتأثير ذلك على تصوراتهم ورؤيتهم للعــالم المحيط بهم ومن ثم على تصرفاتهم فى مجرى الحياة اليومية .

كمــا اظهر المبحوثون ميلا واضــحا لتفضــيل الافلام الهندية عندما طرح عليهم الســؤال الآتى : **يا ترى ايه اللى بتحب تتفرج عليه فى الفيــديو أكثر** ؟ ويكشف الجدول التــالى عن هذه الحقيقة .

جــدول رقم (١٢)

« تفضــيل القرويين لأفلام الفيديو »

نوع التفضــيل	العــدد	٪
افــلام مصرية	٢٠	٢٥ر٠
افلام هنــدية	٥٥	٦٨ر٧٥
افلام اجنبيــة	٥	٦ر٢٥
المجمــوع	٨٠	١٠٠٪

وواضــح من بيــانات الجدول ان الغالبية العظمى من المبحوثين الذين اقروا بمشــاهدتهم للفيديو بنســبة (٦٨ر٧٥٪) يفضلون مشاهدة الافلام الهندية ذات الطابع التجارى ، والتى يغلب عليهــا طابع العنف ، والرقص والاغانى ، وصــور البطــل الخارق والمعجزة الذى يحارب الظلم ويحاول نصره الحــق وغيرها ، وهى أمور تستهوى المشــاهدين فى اطار الثقــافة الشعبية الســائدة وضغوط الحياة التى يعيش فى اطارها الجانب الاكبر من

القرويين فى حين مالت نسبة لم تتجاوز (٢٥٪) من اجمالى المبحوثين المشاهدين للفيديو الى تأكيد تفضيلها لمشاهـدة الافـلام المصرية ، حيث تحظى أفـلام « اسماعيل يس » المقدمة ، وكذلك أفلام « عادل امام » الذى يغلب عليهـا الطابع الكوميدى بافضلية خاصة على غيرها من الافلام المصرية ، وتدنت الى حد كبير نسـبة تفضـيل مشاهدة الافلام الاجنبية ، ولم تتجاوز (٢٥ر٦٪) من اجمـالى الافـلام المفضـلة ، وتحددت أسـاسا فى سلسلة أفـلام « جيمس بوند » و « الفك المفترس » و « برسلى » على النحـو الوارد فى استجابات المبحوثين الذين اقروا بتفضيل مشـاهدتهم للافلام الاجنبيـة . وأيا كان الامر ، فان هـذه الافلام ، كمـا هو الحال فى شرائط التسجيل فى حاجة الى تحليل للمضمون للتعرف على نوعية التصورات والقيم التى تروجها بين القرويين .

٦ — مكبرات الصـوت :

يعد مكبر الصوت من أهم وأبرز مكونات بنيـة الاتصـال بالقرية المصرية، حيث لا يقتصر دوره فقط على مجرد تضـخيم الصوت البشرى وتوصيله الى دائرة واسعة لأهـالى المنطقـة أو الجهـة التى يعمل فيها ، ولكن أيضـا تستخدمه قنوات الاتصال الاخرى بالقرية لنشر وتضـخيم مضمونها ليسمعه قطاع واسع من الجمهـور كان سيحرم من هذا المضمون بدون مكبر الصوت. فكثيرا ما يركب جهاز التسجيل على مكبر الصوت لينتقل المضمون الى قطـاع واسـع من البيـوت دون مشـقة أو جهـد أو حاجة الى امتلاك جهـاز التسجيل ، كمـا يحدث هذا مع جهاز الراديو وبالذات فى نقل شعائر الصلاة أو رفع الآذان أو الاغانى من الراديو ... الخ . كمـا تستخدمه قنـوات الاتصـال الشخصى الرسـمية وغير الرسـمية فى توصـيل ما تريد الى الجمهور الواسع فى سـهولة ويسر ، باختصار ، يعد مكبر الصوت بمثـابة اذاعة محليـة داخلية لهـا دورها فى نقل وترويج المعلومات والاخبار داخل القرية .

وقد اقتصر استخدام مكبر الصوت منذ بداية عهده بالقرية المصرية ، على احياء منلسبات الوفاة « المعزه » والموالد « ليـالى المشايخ » والافراح التى تحيها كبار العائلات فى القرية بمناسبة الزواج أو الميـلاد وغيرها حيث يتولى أحد الأفراد المتعهدين بتجهيز مكان احياء المناسبة بالتوصـيلات الكهربائية وبماكينـة توليـد الكهرباء ولمبـات النيون ، ومكبرات الصوت التى تقـام على أسطح المنـازل المجاورة لمكـان المناسبة ، وذلك فى مقـابل اجر متفق عليـه .

وفى قرية « تطاى » تولت احدى الاسر وهى أسرة « سليمان الباجورى » منذ أواخر الخمسينيات ادارة هذه العمليـة حيث توافر لديها عـدد «٢» مكبر

صـوت بمشتملاتها « الهورن + الميكروفون » وماكينة توليـد الكهرباء فضلا عن منطلبـات احياء المناسبة الاخـرى وحاليا ، تعلن هذه الاسرة فى مقدمة كل حفـل عن شركة « أولاد سـليمان الباجورى لمكبرات الصوت » ، حيث أصبحت تمتلك عـدد (٤) مكبر صوت و (٣) ماكينـة توليـد الكهرباء تستخدم فى احيـاء المناسبات المختلفة سواء بالقرية أو القرى والعزب المجـاورة ، ومنذ مطلع الثمانينيـات تزايد انتشـار أجهزة مكبرات الصوت حيث اتجهت بعض المسـاجد لشراء هذه الاجهزة واصبحت واحـدة من أهم محتويات المسجد ، ويبلغ عـدد المساجد التى أدخل فيها مكبر الصوت بالقرية ثلاثة مسـاجد .

وتستخدم مكبرات الصوت الموجـودة بالمساجد الثلاثة وبالذات مكبـر الصوت الموجود بالجامع الكبير (وهو اكبر مسجد بالقرية ويقع فى وسطهـا تماما) بالاضافة الى رفع الاذان فى مواقيتهـا ، ونقل شعائر الصلاة وبالذات خطبة الجمعة فى اذاعة الأخبار والأحداث الهامة التى تقع فى البلد ، مثل الاعلان عن وفاة أحد الأشخاص ، وموعد تشييع الجنازة ، أو غياب أحـد الأطفال أو فقدان بعض الأشياء كالنقود أو المواشى .. الخ . وفى الحالة الاخيرة بالذات يضطر المعلن الى دفع بعض النقود الى عامل المسجد نظير فتح الميكروفون له، كما تستخدمهـا الجهات المسئولة بالقـرية مثل ادارة الكهرباء أو الجمعيـة التعاونية الزراعية أو مسئول بنك القرية ، أو دوار العمدة والداخلية أو الوحدة الصحيـة ومسئول الحزب الوطنى .. الخ فى اذاعة التعليمـات والنصائح والارشادات التى تريد توصيلهـا الى أهالى البلد . واللافت للنظر ، أنه فور فتح الميكروفون والتمهيد للاذاعة من خـلال مكبر الصوت (يا ناس يا أهالى البلد ..) فان جميع الافراد منمختلف الفئات يتوقفون عن العمل أو يخفضون من أصوات أجهزة الانصال الاخـرى توقعا منهم لسماع أحـداث هامة تتصل مباشرة بأمور حياتهم المعيشية ، مما يشير الى الدور الهام الذى أصبحت تلعبه مكبرات الصوت كأحد أعمدة مكونات بناء الاتصال فى القرية التى يمكن استخدامها بكفاءة فى احداث التغيير بالقرية المصرية .

ويتضح الدور البالغ الذى يلعبـه مكبر الصوت فى القرية يوم الجمعـة أثناء نقل شعائر الصـلاة وبالذات خطبة الجمعـة حيث يمكن لقطاع كبير من أهالى القرية خصوصا النسـاء ، وبعضالأفراد الذين تحول ظروفهم من التوجه لأداء الصـلاة بالمسجد من سماع الخطبة ومتابعتها عن بعد مما يحقق لهـذه الفئات اشباعا نفسيا ودينيا كبيراً .

وقد راجت فى الأونة الأخيرة فى القرية انتشار أجهزة مكبرات الصوت اليدوية الصغيرة التى تعمل بالبطارية (الحجارة) لدى بعض التجار والباعة الجائلين الذين يستخدمون هذه الاجهزة فىالاعلان عن بضاعتهم وتوجيه الانتباه اليهم خلال عمليات البيع والشراء فى سوق القرية او حتى التجول فى شوارع

القرية بواسطة احدى العربات للاعلان عن بيع الأقمشة أو الفراخ أو شراء الحـــردة .

وقد انجبت فى حوارى مع المبحوثين من أفراد العينة للوقوف على وجهة نظرهم فى قضية استخدام مكبرات الصوت فىالمساجد وطرحت عليهم السؤال الآتى : **ياترى أنت مع اباحة أو تحريم استخدام مكبرات الصوت فى المسجد ؟** وهى القضية التى طرحت على صـــــفحات الجرائد فى الاونة الاخـــيرة والتى انقسمت بشأنها الآراء بين مؤيد لهذا الاستخدام ومعارض له بسبب الازعاج الذى تسببـــه وتداخـــل اصواتها نتيجة لكثرتهـــا . وكان اللافت للنظـــر فى استجابات الجانب الأكبر من المبحوثين اللفظية هو رد الفعـــل الفورى الذى يمتزج بالاستهجان والاستغراب من طرح مثل هذا التساؤل (دى حاجة بتاع ربنا ، ليه هـــو الأذان حرام ، حرام ليه دى حاجـــة فى الخير ، المؤذن له قد صوته فى الجنـــة ، دا تشكيك فى الدين . يا عم بلاش الكلام ده) الى غيرها من الاستجابات التى تكشف عن تأييـــد واضح من جانب القرويين لاستخدام مكبرات الصوت فى المساجد ، وعمق نظرتهم الدينية الى هذا الموضوع ، وعدم استعدادهم لتنهـــم أو مناقشة أية دعاوى قد تثار حول الازعاج والشوشرة وغيرها من الدعاوى التى يقدمها أنصار تحريم استخدام هذه المكبرات فىالمساجد

ومع ذلك ، فقـــد أظهـــر بعض المبحوثين (١٥٪) عـــدم رضائهم عن استخدام مكبرات الصوت فى المساجد فى غير الأغراض الدينية بالقرية ، وهى قضية ما زالت موضع خلاف . حيث كثيرا ما يصدر امام المسجد تعليماته الى عمال المســـجد بعـــدم تشغيل الميكروفون فىغير مواقيت الصلاة ولأغراضها باستثناء الاعلان عن حالات الوفاة ، ثم يعود فيتراجع مع عمال المسجد تحت ضغط أصحاب السلطة والنفوذ من اهل المصلحة لاستخدام ميكروفون المسجد فى غير الأغراض الدينية .

٧ — التليفـــون :

اقتصر تواجد التليفون فى قرية البحث خلال حقبة الخمسينيات على دوار العمدة ، وهو التليفون الوحيد الذى كان يتم من خلاله تلقى التعليمات التى يراد ابلاغها الى الأهالى سواء من مركز السلطة او من الجهات الحكوميـــة الاخرى أو حينما يراد ابلاغ مركز السلطة الذى تتبعه القرية بما يقع من حوادث وغيرها. وخلال حقبة الستينيات ارتفع تواجد التليفون بالقرية ليصل عددها خمســـة خطوط حينما اتجهت بعض العائلات وبالذات عائلات كبار التجار وأصحاب عربات النقل الثقيل لادخال التليفون لمراقبة أسعار السلع وأخبار العربات .

وفى مطلع الثمانينيات ، أنشىء سنترال بقرية الجعفرية الملاصقة لقـــرية « تطاى » . وفى عام ١٩٨٥ ، أعلن عن فتح باب التقديم لتركيب خطوط تليفون

بالمنازل للأفراد . ومع أن الغالبية العظمى من الافراد لم تكن فى حاجة الى مثل هذه الوسيلة الاتصالية الا ان سماعهم عن أزمة التليفون المستحكمة فى القاهرة والمدن المجاورة . وحث زويهـم المقيمين بهذه المدن لتركيب التليفون حتى يمكن نقله بعد ذلك الى مناطق اقامتهم بالمدن ، دفع الكثير من الأفراد الى تقديم طلبات تركيب التليفون مقابل دفع مقدم الطلب البالغ انذاك خمسون جنيها . وفى مطلع عام ١٩٨٧ ، بدأت هيئة التليفون فى تركيب الدفعة الأولى من الطلبات والتى بلغت خمسون خطـا بالقرية وتلى ذلك المرحلة الثانية حيث بلغ عدد خطوط التليفون بالقرية (٣٢٠) خطا حتى فبراير ١٩٩٠

ويستطيع أصحاب هذه التليفونات الاتصال ببعضهم البعض داخل القرية مباشرة أو بمركز السنطة الذى تتبعه القرية ، أما بقية المدن الأخرى مثل مدينة طنطا أو القاهرة ، فان الامر يتطلب الاتصال بالسنترال وطلب الرقم المرغوب ، ويعبر الكثير من الأفـراد عن استعدادهم للاشتراك فى الترنك فور ادخاله فى سنترال القرية حتى يمكنهم الاتصال المباشر بالجهات المختلفة رغم عدم وجود حاجة ملحة وأساسية تدفعهم الى ذلك .

وتقتصر أرقام تليفون القرية على (ثلاثة) أرقام تبدأ بالرقم (٣) ولا يوجد لدى الجانب الاكبر من الافراد أية دليل بأرقام تليفونات الآخرين بالقرية،باستثناء عدد محدود من الأفراد وبالذات جماعة الموظفين ، الذين حرصوا على التوجه الى السنترال ونقلوا بأيديهـم أرقام تليفونات من يرغبون فى الاتصال بهم من اهل القرية أو مدينة السنطة ، مما يشير الى انعدام فاعلية هذه التليفونات فى تداول المعلومات بين الافراد بعضهم البعض فى القرية ، وباسـتثناء بعض الاتصالات المحدودة التى تقع بين الحين والآخر ، من الأقارب المقيمين خارج القرية سواء فى المدن المجاورة او مدينة القاهرة أو العكس فان هذه التليفونات تظل صامتة طوال اليوم واحيانا لايام طويلة . ومن هنا يندر أن يقوم احد من أصحـاب التليفونات بالقـرية ، باستثناء الذين يستخدمون التليفون كثيرا فى اتصالاتهم الداخلية والخارجية لمتابعة الأسعار ، دفع أية مبالغ مالية اضافية زيادة عن الاشتراك السنوى المعتاد لهيئة التليفونات نتيجة زيادة المكالمات عن حد الاعفاء الذى تقرره الهيئة .

ويبلغ عدد المبحوثين الذين اقروا بوجود تليفون لديهم من اعضاء العينة (ستة) افراد وقد دار الحوار معهـم حول دواعى حيازتهم لجهاز التليفون ، والمجالات التى يستخدمونه فيها . وقد مال هؤلاء الأفراد وبلا استثناء الى ترديد استجابات مثل : « أهو فشخرة ومنظرة وخلاص » ، « ذى ذى غيرى » قلنـا « اهم خمسين جنيه ونبقى من أولاد الذوات » الى غيرها من الاستجابات التى تكشف عن تدنى حاجة هؤلاء الأفراد الى هذه الوسيلة الاتصالية ، واقتصار رؤيتهم لها باعتبارها وسيلة لاثبات المكانة ، والتظاهر ، واستخدام التليفون

فى المعاكسات والنكات والايقاع بالآخرين والتى بانت شكوى واضحة لدى الكثير من الأفراد حائزى التليفون بالقرية .

ثانيا :التأثيرات الثقافية لأدوات الاتصال :

أتيحت للباحث فرصة الاطلاع على كم هائل من الدراسات والبحوث الاعلامية فى القرية المصرية بلغ (٨٠) بحثا ودراسة ومن خلال الدراسة التقويمية التى اجراها على هذه البحوث لصالح احدى الهيئات القومية(١) . ظهر موقفان : **الأول** : يؤكد دور أدوات الاتصال الحديثة فى نشر المعارف والأخبار فى المناطق اريفية ويوضح كيف أدى تزايد تعرض القرويين لهذه الأدوات الى خروجهم من الاستغراق فى امور حياتهم اليومية والمحلية وتزايد اهتمامهم بالقضايا والشئون القومية ، وظهور مد قومى واضح بين القرويين واتساع نطاق معارفهم بالمسائل القومية وتزايد تقبلهم للتجديدات والمستحدثات التكنولوجية الوافدة وتغير واضح فى اتجاهاتهم نحو العديد من الموضوعات والممارسات التقليدية .

أما الموقف **الثانى** : فيشكك فى نتائج دراسات أنصار الموقف الأول وينتقد بصفة عامة الاتجاه التضخيمى فى تأكيد تأثير أدوات الاتصال فى القرية المصرية . ويشير فى ذلك الى أثر الوسط الاجتماعى ، والعوامل الوسيطة الى تعوق تأثير هذه الأدوات ومن بينها الثقافة السائدة ، وقد تبين لدينا من الدراسة المتعمقة خطأ كلا الموقفين فى دراسة وقياس التأثيرات الثقافية لأدوات الاتصال ليس فقط بسبب المعالجة المنهجية والاكتفاء فى معظم الأحوال بتطبيق استمارة الاستبار عديمة الفاعلية فى القرية المصرية ، ولكن أيضا بسبب النظرة الآنية والجزئية السائدة عند بحث ومناقشة هذه التأثيرات والتى فى اطارها يصعب الحديث عن الأثر البالغ الذى تحدثه ادوات الاتصال كما يشير أنصار الموقف الأول ؛كما يمكن قبول اعتراضات أنصار الموقف الثانى وحديثهم عن تأثير الوسط الاجتماعى والعوامل الوسيطة .. الخ مع صعوبة التسليم بعدم تأثير أدوات الاتصال والتى تؤيدها الأدلة والشواهد الميدانية .

من أجل ذلك اتجهت الدراسة الراهنة الى الاعتماد على الملاحظات الانثروبولوجية الميدانية ، والتى تسعى الى رصد وتتبع الأثر التراكمى والممتد الذى أحدثته ادوات الاتصال على الثقافة المحلية بجوانبها المادية وغير المادية ، ووفقا لما توافر لدينا من بيانات ميدانية يمكن حصر مجالات التأثير التى أحدثتها

---

(١) عبد الفتاح عبد النبى البحوث الاعلامية فى القرية المصرية ، دراسة تقويمية ، دراسة قدمت فى اطار بحث الاعلام ومستقبل القرية المصرية الذى يجريه المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ابريل ١٩٩٠ (تحت الطبع)

ادوات الاتصال السابق عرضها بالقرية فى ثلاثة مستويات اساسية هى :

مستوى مجتمع القــرية ككل ، ومستوى الأسرة ، والمستوى الفردى ، ونعرض فيما يلى لبيانات كل مستوى فيما يلى :ـ

التأثيرات فى مجتمع القــرية :

فى هذا المستوى ، تشير المشاهدات الواقعية الى التأثير الواضح الذى احدثته أدوات الاتصال من راديو وتليفزيون وفيديو وأجهزة تسجيل وتليفون فى الشكل المعمارى للقرية ، حيث ساهمت هذه الأجهزة فى دفع التغيير فى اتجاه اقامة البيوت ذات الطراز الحديث بالقرية ، فاعتماد هذه الاجهزة فى تشغيلها على الكهرباء . ورغبة القرويين فى حيازتها دفع الكثير من القرويين وبالذات مع فترة الرواج المادى التى واكبت الهجرة وتطبيق سياسة الانفتاح فى اتجاه ادخال الكهرباء لبيوتهم من اجل الرغبة فى مشاهدة التليفزيون ، وأدى دخول الكهرباء بدوره الى اعادة التفكير فى شكل بناء البيت ليأخذ الطراز الحديث حيث يستخدم الطوب الاحمر والأعمدة والأسقف الخرسانية بدلا من الشكل التقليدى المعروف حيث تقام البيوت بالطوب اللبنى وترصع بسعف النخيل حتى يستقيم الامر مع المتغير الجــديد ، والأخذ فى الاعتبار اماكن الوصلات الكهربائية لهذه الأجهزة واماكن وضعها واستخدامها عند وضع تصميم البيت أو حتى تأثيثه .

على أن أبرز اشكال التأثير الملموسة لأجهزة الاتصال فى هذا المجال يتحدد بصورة واضحة فى اختفاء « المصطبة » وهى المكان المرتفع نسبيا عن سطح الأرض والملتحم بجدران بيوت القرويين التقليدية ، والتى كانت بمثابة موقعــا مهما وخصبا يجتمع فيه اهل الدار والجيران للسمى والسهر وتبــادل الآراء والخبرات والحكايات . . الخ هذه المصطبة اختفت تماما حاليا حتى من البيوت التقليدية ولم تعد تحتل ادنى تفكير فى انشائها لدى بناء البيوت الحديثة أو حتى التقليدية . وذلك بفعل تواجد ادوات الاتصال الحديثة وعلى راسها التليفزيون حيث أدت هذه الوسيلة الاتصالية الى نقل الجلسة العائلية من امام الدار أو المصطبة بالصورة التقليدية الى داخل البيت فى « المندرة » أو « وسط الدار » لمشاهدة التليفزيون وهو احــد التغيرات الثقافية المادية الملموسة فى القرية المصرية والتى ترتبت على دخول تكنولوجيا الاتصال الحديثة . واللافت للنظر هنا ان اتجاه التأثير الثقافى الجديد يميل ناحية التفرد وفك الترابط واللقاءات الجماعية للأهل والجيران والتى كانت تميز لقاءات « المصطبة » واصبح اهل كل بيت يجلسون فى سهراتهم داخل بيتهم امام جهاز التليفزيون ولا علاقة لهــم بجيرانهم او بالآخرين وذلك فى اطار انتشار تواجد هذا الجهاز داخل كل بيت تقريبا فى القرية حاليــا .

والشكل المعمارى الآخــر ، الذى تأثر بشدة بفعــل دخول تكنولوجيا

الاتصال وبالذات مكبرات الصوت الى القرية ، هو المأذنة التى تشكل احد ملامح الطراز المعمارى الاسلامى فى بناء المساجد ، والمأذنة عبارة عن شكل اسطوانى يرتفع لعدة امتار فوق سطح المسجد ويتكون من عدة ادوار يمكن الصعود الى اعلاها من خلال سلم دائرى وفى قمة المأذنة يوجد الهلال الرمز الاسلامى المعروف ، وخلال مواقيت الصلاة الخمس كان المؤذن يصعد الى اعلى قمة المأذنة لرفع الأذان ويساعد ارتفاع المأذنة هنا على نقل صوته الى مسافة ابعد نسبيا يتيح للأفراد سماع صوت المؤذن والاقبال لأداء الصلاة ، ومع انتشار مكبرات الصوت واتجاه المساجد الى تركيب هذه المكبرات بها على النحو السابق الاشارة اليه ، فقدت المأذنة وظيفتها وأهملت تماما . وفى المساجد التى تبنى حديثا : لم تعد تأخذ فى الاعتبار ، حيث أصبح يتم الاكتفاء ببناء جسم المسجد دون المأذنة خفضا للتكاليف ، ولتوجيه المبالغ المادية لشراء اجهزة مكبرات الصوت ومشتملاتها ، ويوجد فى قرية البحث حاليا مسجدان حديثا المنشئة ولا توجد بهما مأذنة ، مما يعطى فكرة عن درجة التأثر التى يتعرض لها هذ العنصر الثقافى المادى بفعل دخول تكنولوجيا الاتصال الحديثة .

ويمثل دوار العمدة احد المواقع الاتصالية الهامة التى تأثرت بشدة بدخول تكنولوجيا الاتصال الحديثة الى القرية ، ومن المعروف أن دوار العمدة ، وهو فيزيقيا عبارة عن مكان متسع نسبيا ملحق ببيت عمدة القرية ، ومزود بأماكن للجلوس وغرفة جانبية يوضع بها التليفون . وتاريخيا كان يمثل هذا المكان أحد أهم مواقع الاتصال بالقرية ، حيث تعقد الجلسات والسهرات ، وتدار المناقشات ، ويتم الاستماع الى الراديو أما حاليا ، فقد تلاشت وظيفة هذا المكان صحيح أن هذا التلاشى ، جاء بسبب ضعف نظام العمدية ، الا أن انتشار اجهزة الاتصال الحديثة فى بيوت القرويين ، ورواج المعلومات بصفة عامة فى القرية نتيجة اتساع حركة تنقلات القرويين من والى القرية ، قد افضى الى تقليص رواد دوار العمدة بطريقة يصعب مقارنتها عن ذى قبل ، بل ان المكان ذاته قد تقلص مساحيا ، ولم يعد يتعدى مساحة غرفة عادية يوضع بها التليفون يلتقى بداخلها غفر الترية لتوزيع المهام وأمام هذه الغرفة « دكة » يجلس عليها العمدة أو ضيوفه ، والعمدة ذاته شخص عادى معين من قبل الداخلية بأجر رمزى يندر أن يقصده أحد لحل مشكلة أو الحصول على معلومة كما كان الحال من قبل .

وفضلا عن تقلص مكانة دوار العمدة كأحد اهمموااقع الاتصال التقليدية بالقرية تقلص ايضا وبشكل مماثل دور المقهى كموقع لعقد اللقاءات واجراء الاتصالات ، وتبادل الآراء والمعلومات ، لقد كان المقهى تاريخيا فى القرية مكان يقصده الصفوة وأصحاب الراى والنفوذ وكبار الأغنياء ، وبعد قيام الثورة وضعف مركز الزعامة التقليدية بالقرية ، تزايد رواد المقهى بالقرية ليشمل فئات وطوائف عديدة متباينة الانتماءات الاجتماعية من ابناء القرية ، حيث يتجهون

الى المقهى ، وبالذات فى فترة المساء للسهر والسمر وتبادل الآراء والمعلومات وتناول المشروبات والتدخين ، والاستماع الى الراديو ، أو مشاهدة التليفزيون بعد أن دخل الى القرية لأول مرة من خلال المقهى فى منتصف الستينيات ، وعندما بدأت اجهزة الاتصال فى الانتشار فى بيوت القرويين فى حقبة السبعينيات وبالذات أجهزة التليفزيون والتسجيل ، أخذ رواد المقهى يتقلصون شيئا فشيئا لأن قطاعا كبيرا منهم فضل السهر فى البيت ومع الأهل والأصدقاء حول جهاز التليفزيون وبالذات بعد ارتفاع تكاليف الجلوس على المقهى ، بسبب ارتفاع أسعار المشروبات والمكيفات ولم تفلح محاولات بعض أصحاب المقاهى فى استعادة روادها بالكثافة المعهودة فى حقبتى الخمسينيات والستينيات من خلال ادخال اجهزة الفيديو ، حيث ظل الأمر مقتصرا على عدد من الشباب صغار السن ، خصوصا بعد حيازة جماعات عديدة بالقرية لهذه الأجهزة على النحو الذى عرضنا له من قبل . وتكشف البيانات الميدانية والحوارات مع عدد من أصحاب المقاهى بالقرية أن عدد رواد المقهى قد انخفض بمعدل الثلثين حاليا بالمقارنة بفترة السبعينيات والى ثلاثة ارباع بالمقارنة بفترة الستينيات ، وان الأمر يقتصر فى الوقت الحاضر على عدد من الرواد معتادى شرب الشيشة ولعب الطاولة قبل اى شىء آخر قد يتعلق بعقد الصفقات أو تبادل الآراء والأخبار والحكايات كما كان الحال من قبل . ومن المؤكد أن هذا التغير فى مكانة ووظيفة المقهى كأحد اهم مواقع الاتصال التقليدية المعروفة بالقرية ، يعود فى جانبه الأكبر الى تأثير دخول وتغلغل تكنولوجيا الاتصال الحديثة بالقرية وأيضا ، يسير هذا التأثير فى اتجاه التفرد وفك ترابط العلاقات الاجتماعية وتفتيت اتصال المشاركة بصفة عامة بالقرية لصالح الاتصال ذى الخط الواحد .

وعلى نفس المنوال يمكن أن نقرر ان مواقع اخرى للاتصال التقليدى فى القرية المصرية ، قد تقلص دورها أيضا وكان دخول تكنولوجيا الاتصال الحديثة هو واحد من العوامل الموضوعية العديدة التى ساهمت فى تقليص دورها ومن ذلك الجمعية التعاونية الزراعية بالقرية أو الوحدة الصحية باعتبارهما أماكن كان يرتادها القروى للحصول على المعلومات فى المجال الزراعى والصحى ، ثم تقلص مركزها بعد ان اصبح مالدى هذه الأماكن كجهات اتصال رسمية يصل الى القرويين عبر وسائل الاتصال ، وبالذات مكبرات الصوت ، كما أشرنا من قبل مما خفض من عدد رواد هذه الأماكن واقتصر هذا التردد حاليا على قضاء المصلحة المباشرة فقط .

ويبدو أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة وبالذات اشرطة التسجيل قد أثرت وبشدة على الوان مختلفة من الفلكلور الشعبى ظلت تمارس فى القرية المصرية ، عبر مراحل التاريخ المختلفة ومن ذلك المواويل الشعبية ، حيث قضت أشرطة التسجيل الحديثة على مجالات الابداع الشعبى التلقائى فى هذه المواويل ، وايضا حلقات الذكر والانشاد الدينى التى كانت تقام بصورة منتظمة فى بعض

البيوت بالتبادل بين الأفراد (الحضرة) حتى اواخر الستينيات ، وبصورة غير منتظمة خلال حقبة السبعينيات . وبعد حلقة الذكر كان يجلس الأفراد لتبادل الأراء والمعلومات والخبرات .. الخ وقد اختفى هذا اللون من الاتصال حاليا ، وحل محله استماع رواده الى شرائط المديح النبوى ، وسماع القرآن الكريم ، وقد أصبح من السهل حاليا الاستغناء عن فرق الغناء والرقص والمطرب الشعبى لاحياء ليالى الأفراح والموالد والمناسبات مع كثرة شرائط التسجيل الخاصة بهذه المناسبات .

على أن أبرز أشكال تأثير تكنولوجيا الاتصال وضوحا فى مجتمع القرية ، يتعلق باختفاء وظيفة « المنادى » ، لقد كان منادى القرية يقوم بدور مهم فى ابلاغ الأهالى بالأخبار والتعليمات فيتجول فى شوارع القرية مناديا بصوت جهورى بضرورة التوجه الى صراف القرية لسداد الضرائب ، أو الى الجمعية التعاونية لاستلام الحصص ، أو للاعلان عن قيام احد الجزارين بذبح ذبيحة جديدة أو فقد احد الأشياء ، أو مكان تجمع عمال الزراعة غدا واجورهم الى غيرها من الأمور الحياتية . وكان يوجد بالقرية أكثر من منادى واحد ، هم عادة من ذوى المكانة المتواضعة الذين يتكسبون من وراء هذا العمل ، حيث يتوجه اليهم ذوو المصلحة للاتفاق معهم مقابل أجر لترويج المعلومة التى يريدون توصيلها الى اهالى القرية . وقد ظلت مهمة المنادى هذه كشكل من اشكال الاتصال قائمة بالقرية حتى أواخر حقبة السبعينيات ومطلع الثمانينيات . وبعد دخول وانتشار اجهزة مكبرات الصوت بالقرية وبالذات فى المساجد ، اختفى هذا الشكل الاتصالى ، وحل محله الاتصال من خلال مكبر الصوت بالشكل الذى أشرت اليه من قبل والجدير بالملاحظة هنا ، أن التغير الجديد لم يكن فى صالح فاعلية العملية الاتصالية ، حيث أن وظيفة المنادى ، لم تكن تقتصر فقط على اذاعة المعلومة بصوت جهورى ولكن فى اجراء حوار مع الأهالى والرد على استفساراتهم وتساؤلاتهم حول مضمون ما يعلنه ، وهو ما لا يحدث حاليا مع الشكل الاتصالى الجديد مما يعيد تأكيد ماسبق أن أشرنا اليه من اتجاه التأثير ناحية تفتيت اتصال المشاركة التقليدية بالقرية .

واذا كانت أنماط الاتصال التقليدية بالقرية قد تأثرت على هذا النحو بفعل دخول تكنولوجيا الاتصال الحديثة ، فان جانبا آخر من تأثير هذه التكنولوجيا على مجتمع القرية يمكن تناوله ويتعلق بمجالات العمل والانتاجية ، واول ما يطالعنا فى هذا الجانب هو ما ردده بعض الكتاب والباحثين من تأثير دخول أدوات الاتصال بالقرية وبالذات التليفزيون والفيديو على انخفاض معدلات الانتاج بالقرية والمؤشر فى ذلك ، هو انخفاض ساعات عمل الفلاح اليومى . فالفلاح كان يحرص على النوم مبكرا لكى يستيقظ مبكرا أيضا ، ليذهب الى الحقل . أما بعد دخول الكهرباء وأجهزة التليفزيون تغير هذا السلوك ، وأصبح الفلاح لا ينام سوى فى ساعة متأخرة من الليل وبعد انتهاء الارسال

التليفزيونى ، مما يترتب عليه كسل الفلاح وتقليص ساعات عمله .. الخ .

والواقع : أن الاعتماد على هــذا المؤشر للحكم على انخفاض انتاجية الفلاح يبدو مضللا الى حد كبير ، ذلك أن الامر لا يتحدد بمواعيد الاستيقاظ أو النوم ، أو الذهاب الى الحقل .. الخ . ولكن بعــدد الساعات الفعلية التى يعمل فيها الفلاح بالحقل . فالفلاح الذى كان يستيقظ مبكرا ويذهب الى حقله مثلا كان يستنفذ جزءا كبيرا من وقت الايلولة نائما تحت الشجرة . وهو ما قد لا يحدث حاليا . كما أن انخفاض الانتاجية أو زيادتها قد لا يرتبط فقط بعــدد ساعات العمل ، اذ أن دخــول الميكنة الزراعية واعتماد الفلاح عليها قد يفقد قيمة حساب عــدد ساعات العمل اليومى فى الحقل لقياس معدلات الانتاج . فالفلاح الذى كان يستغرق ساعات طويلة بل اياما فى رى حقــله أو تذرية الغلال .. الخ أصبح يؤدى مثل هذه الأعمال فى ساعات محدودة بفعل ماكينات الرى وآلات التذرية الحديثة ، وهكذا . وكذلك فان انخفاض انتاجية الأرض الزراعية ، قد يعود الى عوامل لا علاقة لها بنشاط الفلاح ولكن بأمور قد تتصل بالقرية ، والسياسة الزراعية ، والهجرة ، وأسعار الحاصلات . الخ واقصى ما يمكن أن نقرره فى هذا المجال وتؤيده الملاحظة الميدانية المباشرة ، هو أن بعض القرويين قد عدلوا من مواعيد عملهم ونشاطهم واتصالاتهم لتتفق مع مواعيد بعض البرامج وبالذات مسلسلات التليفزيون أو المباريات الرياضية دون تأثير واضح فى ذلك المجال على حجم ومعدلات الانتاجية ونشاط العمل اليومى المعتاد حيث يعى القروى مصلحته جيدا ويضع قوته وقوت أولاده فى المحل الأول من اهتمامه بصرف النظر عن أية اعتبارات أو اهتمامات أخرى قد تتعلق بالترفيه او المتعــة .. الخ . ويتبــدى ذلك بوضــوح فى حوارنا مــع المبحوثين من جماعة الفلاحين حينما طرحنا عليهم السؤال الآتى : **يا ترى انت شايف الناس النهاردة بتهتم بزراعــة ارضها زى زمان ولا لأ ؟** . وقد أجاب جميــع الأفراد وبلا استثناء بأنها تهتم واكثر من زمان . وتكشف استجاباتهم عن هذا المعنى : « هو الفلاح له هم النهاردة الا ارضه عشان يقدر ياكل ويأكل عياله » ، « يابيه الدنيا غالية » ، « الفلاح بيشتغل بيده وسنانه ، بس الحكومة هى اللى نهبه الفلاح » ، « هات للفلاح أرض بس وهو يزرعها » ، « فين هى الأرض » ، « الفــلاح بيحفر الأرض بيده عشان تطلع حاجــة يأكلها » . الى غيرها من الاستجابات التلقائية التى تكشف عن حرص بالغ من جانب الفــلاح لزراعة ارضه وتعظيم انتاجه منها مع وعى كامل والم دفين من جانبهم بغلو الأسعار ونهب الحكومة لحصاد عملهم وهو ما يدفع بهم الى الهجرة أو البحث عن سلع تموينية أكثر رخصا وتدعمها الحكومة فى المدينة .

كذلك لم تظهر علاقة واضحة بين تكنولوجيا الاتصال الحديثة وأحوال سوق العمل بالقرية ، الذى يشهد حاليا اختلالا واضحا يتمثل فى النقص الواضح فى العمالة الزراعية الناجم عن الهجرة الداخلية او الخارجية والحراك المهنى ،

حيث اتجه بعض الفلاحين الى العمل بمهن أخرى غير العمل الزراعى . وقد ترتب على ذلك ارتفاع ملحوظ فى أسعار العمالة الزراعية انعكست بالتالى فى تكلفة الانتاج وارتفاع أسعار الحاصلات الزراعية مما دفع بعض الفلاحين فى موسم جنى القطن الى ترك المحصول بلا جنى فى الحقل بسبب نقص العمالة وارتفاع أسعارها الى حدود غير معقولة .

ومن المؤكد أن ظروفا موضوعية اكثر فاعلية هى التى اثرت فى اختلال سوق العمل بالقرية ، مما دفع الكثير من الفلاحين للبحث عن مهن أخرى غير العمل الزراعى منها على سبيل المثال نقص المساحة الزراعية ، وتفتيت الحيازة وزيادة عددالسكان ، وعدم توازن السياسة الزراعية وتضاربها وبالذات فيما يتعلق بنظام الدورة الزراعية والتركيب المحصولى وأسعار الحاصلات الزراعية والضرائب على الأطيان . الخ وهى العوامل التى اضعفت من قيمة العائد الزراعى وبالتالى فقدت الأرض الزراعية قيمتها . ومع أن المبحوثين اظهروا فى حوارهم معنا تمسكا شديدا بالأرض وبالعمل الزراعى على النحو المشار اليه آنفا ، الا أن ذلك كان من قبيل انعدام الحيلة وعدم وجود فرص عمل بديلة أو الهجرة أمامهم وبالتالى فان الأرض الزراعية والعمل الزراعى ، رغم ما يحيط به من مشكلات ، الا أنه مازال الملجأ الوحيد المتاح أمامهم ، ويمكن التخلى عنه اذا ما اتيحت الفرصة للعمل بمهنة أخرى اضافية كأعمال الحراسة أو النظافة أو قيادة السيارات .. الخ وقد ظهر ذلك بوضوح عندما طرحنا على المبحوثين من جماعة الفلاحين السؤال الآتى : **لو فيه فرص عمل أخرى كثيرة قدامك يا ترى تفضل تشتغل فى ايه أحسن ؟** ومع أن الجانب الأكبر من المبحوثين فى استجاباتهم الفورية على هذا التساؤل قد مال الى تفضيل الاشتغال فى مهنة الفلاحة ورددوا فى ذلك استجابات مثل : « حشتغل فى ايه يعنى » ، « فرص عمل زى ايه » ، « الواحد بيشتغل فى المهنة اللى بيفهم فيها » ، « احنا قدمنا الا الفلاحة » .. الخ الا أن تعميق الحوار مع المبحوثين فى هذا المجال وطرح عدد من المتغيرات أمامهم مثل فرص العمل بالحكومة أو الاعمال الحرفية ، أو التجارة أو السفر بره ، وفى أى حاجة تكسب اظهر ميلا واضحا لتفضيل الاستجابة للعمل فى « أى حاجة تكسب » لمواجهة الغلاء وارتفاع الأسعار وتدبير قوت الأولاد ونفقاتهم المتزايدة .

وأيا كان الامر ، وفى اطار الظروف الموضوعية التى تدفع القروى لقبول العمل فى أى مهنة تكسب ، فان أقصى ما يمكن اقراره حول تأثير أجهزة الاتصال وبالذات التليفزيون فى هذا المجال ، هو تشجيع الاتجاه نحو هذا القبول بين القرويين ، حيث تلعب المسلسلات والأفلام التليفزيونية ، التى يكثر الاقبال عليها على النحو الذى أشرنا اليه من قبل ، دورا تدعيميا كبيرا فى هذا المجال .

وقد تبين ذلك بوضوح عندما طرحنا على المبحوثين السؤال الآتى :

يا ترى التليفزيون والراديو لما بيتكلموا عن العمل والشغل بيقولوا ايه ؟ ومع أن جانبا كبيرا من الأفراد وغالبيتهم من الفلاحين ، لم يتمكنوا من الاجابة على هذا السؤال ورددوا فى ذلك عبارة « مش عارف » أو « مش متذكر » ، الا أن من استطاع منهم الاجابة قد ردد استجابات مثل : « بيقولوا للناس الشغل مش عيب » ، بيحببوا الناس فى الشغل ، الواحد ممكن يشتغل فى أى حاجـة ، الرزق يحب الخفية ، أهم حاجة الشغلة الشريفة ، الواحد لازم يسعى لرزقه اللى معاه فلوس هو كل حاجـة الى غيرها من الاستجابات والتصورات التى تشير الى الدور التدعيمى البالغ الذى تلعبه اجهزة الاتصال فى مجال ترويج النظرة المادية لقيمة العمل لدى القرويين.

واذا كانت تأثيرات أدوات الاتصال الحديثة تبدو طفيفة أو غير منظورة فى مجال العمل والانتاجية ، حيث تلعب الظروف الموضوعية دورا أكثر فاعلية فى هذا المجال ، الا أن نطاق تأثير هذه الأدوات يبدو أكثر بروزا فى مجال بناء القوة والنفوذ داخـل مجتمع القرية ، ويتمثل ذلك بصورة واضحة فى التغير الملحوظ فى مكانة أصحاب السلطة وقادة الرأى التقليديين بالقرية حيث تدهورت الى حد كبير مكانة ونفوذ شخصيات مهمة ظلت تلعب دورا تاريخيا وفاعلا فى تقرير مجريات الأمور بالقرية ويأتى على رأس هذه الشخصيات عمدة القرية ، وشيخ البـلد وكبار الحائزين وملاك الأراضى ، وموظف الجمعيـة التعاونية الزراعية ، وناظر المدرسة ، وامام المسجد ، وكبار السن فى العائلات باعتبارهم من كبار قيادات الرأى والمكانة والنفوذ بالقرية ، لقد ساهمت أدوات الاتصال الحديثة بنصيب وافر فى اضعاف مكانة هذه الشخصيات فجانب كبير من هذه المكانة كان يستمد أساسا مما يتوفر لدى أصحابها من قدرة على قضاء المصالح والاتصال بالجهات الرسمية خارج القرية ، وحيازة المعلومات ، ومع الانتشار الواسع لأدوات الاتصال الحديثة تم فك احتكار هؤلاء الأفراد للمعلومات التى اصبحت متاحة بفعل هـذه الأجهزة لقطاع واسع من الأفراد ، وتزايد وعى الأفراد ومعارفهم بأمور عـديدة ، واصبحوا أكثر قدرة على المناقشة وابداء الرأى من ذى قبل بفضل تعرضهم المستمر لمضامين هذه الأجهزة فى المقام الأول

ومع انتشار التعليم ، واعادة توطين الموظفين فى قراهم ، وانخراط العديد من شباب القرية فى سلك الجندية ، واشتراكهم فى حرب اليمن وحرب ١٩٦٧ ، واكتوبر ١٩٧٣ ، واتصالهم المبـاشر بالعالم الخارجى نتيجة لتحسن وسائل المواصـلات وعمليات الهجرة والانفتاح ، وما صاحب ذلك من رواج مادى فى القرية ، تبدلت اوضاع ومكانة الكثير من الفئات الاجتماعيـة بالقرية ، وحدث حراك مهنى واجتماعى واضـح لبعض الجماعات الاجتماعيـة اثر على البناء الطبقى بصورته التقليدية فى القرية ، وما يهمنا هنا ، هو أن الجماعات الاجتماعية الجديدة التى تزايد نفوذها بالقرية بفعل التغيرات السابقة ، تستمد هذا النفوذ من مصدرين ، القدرة المـادية (الثروة) والقدرة الاتصالية حيث تدعم القدرة

الأخيرة الانجازات التى حققتها هذه الجماعات فى مجال حيازة الثروة ، فتحرص دائما على التعرض المستمر والمكثف لأجهزة الاتصال وبالذات الصحف (وهى الخاصية التى كان يحرص عليهـا من قبل قادة الرأى التقليدين) ليس فقط بهدف مراقبة تقلبات السوق ومجريات الأحداث ، حماية لمـا لديها من ثروة ، ولكن ايضا وفى المقام الأول لدعم قدراتها الاتصالية ومناقشة الآخرين ولتأكيد أوضاعهم الجديدة واضفاء الشرعية عليها .

لقد تقلص مع هذه الأوضاع الجديدة مكانة الزعامات التقليدية بالقرية ، وتدنى عدد المترددين أو القاصدين هؤلاء لحل مشكلاتهم وأصبح التعامل معهم منحصرا فى أضيق الحدود . فمرور العمـدة فى الشارع لا يثير انتباه احـد من الجلوس ولا يستدعى الوقوف له عند رد التحيـة . كما ان المهندس الزراعى ليس لديه خبرة (هو بيفهم) على حد تعبير احد المبحوثين ، ومشايخ البلد جار عليهم الزمن وغلابة ، وناظر المدرسة والمدرسين بالقرية مشغولون فى الدروس الخصوصية ، وامام المسجد « أهم كلمتين حفظهم وخلاص » « ويأكلها ولعه » على حد تعبير البعض ، واللافت للنظر هنـا أن هؤلاء الأفراد باستثناء امام المسجد ، تتلص تعاملهم مع اجهزة الاعلام واصبح لا يتعد التعامل العـادى والمألوف لأى فرد ، فالمهندس الزراعى وناظر المدرسة لا يشترى سوى جريدة واحدة وبصورة غير منتظمة ، كما أن مشاهدتهما للتليفزيون تقتصر ايضـا على المسلسلات والأفلام ، والحال كذلك مع عمـدة القرية الذى كان يعمل موظف بالادارة التعليمية بالسنطة وعين بالتزكية من قبل الداخليـة ، اما امام المسجد (الكبير) فانه يحرص يوميا على الاطلاع على مختلف انواع الصحف واعادتها الى موزع الجرائد مقابل مبلغ مالى (عشرة قروش) فضلا عن ثمن شراء جريدة واحدة هى جريدة الأخبار .

وقد سعينا من جانبنا للتعرف على نوعية قيادات الراى والزعامات الجديدة بالقرية ، وذلك من خلال الوقوف على الطريقة التى يتم من خلالها فض المنازعات وحل المشكلات التى تنشب داخل القرية ، وبمراقبة هذا السلوك تكشف لى أن بكل عائلة من عائلات القرية أو قطاع سكنى يوجـد شخص معين يقصده الاطراف فى حالة وجود خلاف أو نزاع مع أحد افراد العائلة أو سكان القطاع ، ولا يشترط فى هـذا الشخص توافر ، كبر السن او التعليم .. الخ ولكن فى الأساس القدرة المادية والمظهر الجيـد وحلاوة اللسان وحفظ بعض الآيات القرآنية والأحاديث النبوية التى يستخدمهـا فى الحديث والاقتنـاع ، وعادة ما يستمع طرفا النزاع أو المشكلة الى نصائحه ويميلون الى قبول تحكيمه خشية تفاقم الموضوع وتحويله الى الشرطة والمحاكم وما يصاحب ذلك من نفقات مالية باهظة ، هذا الشخص لا يقتصر دوره على حل المنازعات ولكن يشكل مصدرا مهما لنقل وترويج المعلومات بين الآخرين ، ولذلك يحرص على تكثيف تعامله مع اجهزة الاعلام المختلفة وكذا تردده على الجهات الرسمية وأماكن اتخاذ القرار

والتواجد فى مواقع الأحداث والخلافات ، مما يدعم مركزه الاجتماعى من ناحية ويزيد من قدراته الاتصالية من ناحية أخرى .

ووفقا لذلك ، أصبح يوجد فى القرية عـــدد غير قليـــل من هؤلاء الأفراد ينطبق عليهم مواصفات هـــذه الشخصية حصرنا منهم (٢٥) فردا ، يعملون بمهن مختلفة : التدريس والمحاماة ، الأعمال الحرة وأيضا الفلاحة ، وقد تلاحظ كثافة علاقة هؤلاء الأفراد ببعضهـــم البعض ، حيث يحرصون على تبـــادل الزيارات ، واللقاءات ، ومناقشة المسائل العامة المتصلة بالقرية ، وما يحدث بالقرية من نوادر وحكايات .. الخ . ويشكلون جماعة ضغط ونفوذ قوية داخل القرية .

ثانيا : التأثير على مستوى الأسرة :

تتحدد تأثيرات أدوات الاتصال فى هذا المستوى فى جوانب عديدة تتصل ببناء الاسرة الريفية ، والعلاقات داخل هذه الاسرة ، ومكانة المرأة ، وتنشئة الطفل ، والعادات الغذائية . واذا كان تركيب الأسرة الريفية ، قد شهد تغيرا واضحا فى مجال التحول من الأسرة الممتدة الى الأسرة النووية التى تقتصر على الزوج والزوجة والأولاد ، الذين يعيشون فى معيشة مستقلة عن بقية أعضاء العائلة ، وذلك بسبب شيوع العلاقات المـــادية والهجرة وغيرها ، فان دور ادوات الاتصال كان فاعلا فى تدعيم هـــذا التحول . فقد قللت هـــذه الأدوات وبالذات التليفزيون من الجلسات العائلية المسائية ، التى كانت تشمل جميع افراد العائلة من الأهل والأقرباء ، حيث كثيرا ما كانوا يجتمعون فى صحن الدار او على المصطبة فى المساء للحديث والسمر معا ، أما الآن ، ومع شيوع العلاقات المـــادية والنزعة الفردية ، أصبح اعضاء كل اسرة من هـــذه العائلة الكبيرة يلتفون حول جهاز التليفزيون ولا علاقة لهم بالآخرين ، حيث يحرص رب كل اسرة على حيازة جهاز تليفزيون له ولأسرته الخاصة حتى لا تنشب المنازعات والخلافات بين اعضاء العائلة على حد تعبير بعض المبحوثين ونتيجة لذلك كثيرا ما شاهدت وجود اكثر من جهاز تليفزيون فى البيت الواحد ، وتعمل فى الوقت نفسه ، وعلى القنـــاة نفسها ، نتيجة لانفراد اعضاء كل اسرة واستقلالهم فى مشاهدة التليفزيون رغم تقاربهم المكانى او المعيشى ، مما يشير من ناحية الى الدور الذى تلعبه هذه الأداة فى تدعيم الاتجاه نحو بناء الأسرة النووية فى القرية المصرية ومن ناحية اخرى ، الى اثر هـــذه الأداة فى تخفيض حجم المنازعات والخلافات التى كانت تقع سواء بين اعضاء العائلة الواحدة أو بين الجيران بعضهم البعض وعلى حد قول أحد المبحوثين ، لقد ساعد التليفزيون على (لم) الناس كل فى بيته بعيدا عن الصراعات والخلافات ، والقيل والقال . وهو قول يبدو صحيحا الى حد كبير .

وقد ساعدت اجهـــزة الاتصال ، وبالذات الراديو والتليفزيون فى تدعيم

مكانة المرأة وتعزيز دورها داخل الأسرة والنهوض بمسئوليتها وبالذات فى السنوات الأخيرة التى شهدت تدهور سلطة رجل البيت الغائب باستمرار عن البيت اما بسبب الانهماك فى العمل وفى أكثر من مهنة لتدبير نفقات الأسرة أو فى الهجرة للعمل فى الخارج ، وتشير الحوارات المستفيضة التى اجريت مع المبحوثات من أعضاء العينة والبالغ عددهم (٨٠) مفردة ، أن الجانب الاكبر منهن (٥٦٪) رغم أنهن غير متعلمات ولا يحملن أية شهادات ، الا أن لديهن معرفة واسعة بقضية تنظيم الأسرة ، وبشعاراتها وأسماء الكثير من المثلات والمذيعات وأظهرن قدرة واضحة على الحوار فى جوانب تتعلق بالأسعار والجشع والتعليم ، وهجرة الأزواج ، الأمر الذى يشير الى الارتفاع الملحوظ فى مستويات الوعى لديهن الذى ترتب على انخراطهن المكثف فى علاقات الاتصال مع الآخرين خارج البيت وتحملهن لهموم الأسرة نتيجة غياب رجل الأسرة وتعرضهن لأدوات الاتصال الجماهيرى التى يصعب انكار تأثيرها فى هذا المجال.

ومع المعرفة الواسعة لهؤلاء المبحوثات بشعارات ووسائل تنظيم الأسرة والتى مصدرها التليفزيون والراديو الا أنهن عبرن عن عدم اقتناعهن بما يردده التليفزيون من أن كثرة الانجاب يضعف صحة المرأة ، أو أن كثرة الخلفة « تجلب الفقر » وأشارت غالبية المبحوثات أن « الخلفة بتاع ربنا » ولا دخل للانسان فيها » ، « وأن الأولاد زينة وبهجة فى البيت » ، مما يشير الى الفجوة الواسعة بين المعرفة التى تروج لها وسائل الاعلام فى هذا الجانب وسلوك المرأة الريفية فى مجال الانجاب وتنظيم الأسرة ، مما يكشف عن انعدام فاعلية تأثير هذه الأجهزة فى هذا المجال .

على أن الجانب الأكثر بروزا فى تأثير أدوات الاتصال على مستوى الأسرة يتعلق بتأثير هذه الأدوات فى مجال تنشئة الطفل فى القرية ، وقد تزايد هذا التأثير مع تراجع دور الأسرة فى عملية التنشئة بسبب غياب الأب فى الخارج من أجل الثروة وانهماك الأم طوال الوقت فى تدبير احتياجات الأسرة وقضاء مصالحها . ومع غياب توجيه الأسرة ورقابتها هذه ، يتعلم الاطفال صغار السن والصبية . الكثير من العادات والسلوكيات والالفاظ اللغوية ، وهى عادات وسلوكيات تميل الى النمط الحضرى على النحو الذى تروج له أجهزة الاعلام، وتبتعد كثيرا عن العادات والتقاليد الريفية الأصيلة .

واللافت للنظر فى هذا المجال ، ان سلطة الوالدين ، أو العائل ، قد تلاشت أو كادت فى مجال التحكم فيما يشاهده او يسمعه الأبناء أو الأطفال من مضامين عبر شاشات التليفزيون أو أجهزة الراديو والتسجيل والفيديو ، حيث يمارس الأبناء ضغطا كبيرا فى هذا المجال ويتحكمون بأنفسهم فيما يتعرضون له بما فيها الشرائط الخليعة التى تسمع من خلال أجهزة التسجيل ، أو الأفلام

الخارجة التى تشاهد من خلال جهاز الفيديو وقد ساهم ويساهم كل ذلك فى نشوء جيل من ابناء القرويين ليس له علاقة بالثقافة الريفية .

وتمثل العادات الغذائيـــة والاستهلاكية مستوى آخر من مستويات تأثر الأسرة الريفيـــة بأجهزة الاتصال الحديثة ، وهنـــا تلعب الآعلانات التجارية وبرامج المرأة دور أكبر فىتحويل هذه العاداتتجاه النمط الحضرى. لقد عاش الفلاح المصرى عهودا طويلة لا يعرف من المشروبات سوى شرب الشاى يشربه ويقدمه لضيوفه أما حاليا عرف « الكاكولا » ، و «البيبسى » ، « والسفن آب » واصبحت هـــذه المشروبات هى التى تقدم للضيوف الزائرين ، ويقبل عليهـــا الأطفال أيضا أو يطالبون أبائهم بشرائها لهم . وكان الفلاح المصرى لا يأكل سوى « الفريك » والأرز فيما ندر ، واختفى « الفريك » وحل محله المكرونة « روما » و « كابرى » و (المهندس) حيث تتجه القرويات حاليا الى محلات البقالة والسوبر ماركت التى انتشرت بالقرية لطلبها وبهذه الأسماء ، وعرف الأطفال أكل «الشبسى» و « الكاراتيه » و « بمبم » و « الشكولاته جيرس » « والآيس كريم » و « كيمو » ، و « هاواى » وغيرها من المأكولات التى لم يكن يألفها القرويون من قبل واصبحت الآن من العادات الغذائية المألوفة وتمتلىء بها محلات القرية ، وتشكل ضغطا كبيرا على ميزانية الأسرة الريفية وموضع شكوى من أرباب الأسر . كما عرفت نساء وفتيات القرية الكثير من مستحضرات التجميل «ماريا ج» و « أماندا » والكثير من أنواع البرفانات ويستخدمن هذه الأشياء وبالذات فى حفلات الزواج أو المناسبات السعيدة وهى كلها عادات وسلوكيات لايستطيع أحد أن يقلل من دور التليفزيون وبالذات الاعلاناتالتى تسبق عروض الأفلام فى ترويجها بين القرويين .

لقد كانت ثقافة القروى تستهجن شراء الخبز من الأسواق وتعتبره عارا ومجلبا للفقر . وحينما كانت تضطره الظروف الى ذلك ، كان يتوارى من القوم ويشتريه خفية. أما حاليا ، فقد تعلم منأجهزة الاعلاموغيرها أنهرغيفأرخص سعرا أو أقل تكلفة تدعمه الدولة ، فكف عن صناعته فى بيته واتجه الى شرائه والتطاحن بالمناكب للحصول عليه ، وهو تحول ثقافى ساهمت أجهزة الاعلام بلا شك فى احداثه وهكذا لعبت اجهزة الاعلام دورا كبيرا ومؤثرا فى نشر وترويج العديد من العادات الغذائية الاستهلاكية وساعدها فى ذلك عوامل موضوعية تتصـــل بسياسات الانفتاح والهجرة ، والرواج المادى فى القرية الذى واكب تطبيق هذه السياسات .

ثالثا : التأثير على المستوى الفردى :

يصعب فى هذا المستوى قياس تأثير أدوات الاتصال وذلك بسبب تداخل عوامل ومتغيرات عديدة تحد من قدرة الباحث على رصد وتتبع حقيقة التأثيرات التى تتركها أدوات الاتصال علىالأفراد فاستخدام الأفراد لهذه الأدواتيتطلب

مستوى ثقافى معين أو توافر درجة من المهارات والخبرات ، وبدون ذلك يعجز الفـــرد عن استخدام أدوات الاتصال الحديثة أو الدخول طـــرفا مشاركا فى عرئياتها . فاذا أردنا مثـــلا قياس تأثير أجهزة الاتصال على مستوى الطموح الفردى ، أو الرغبة فى الانجاز ، أو المعرفة بموضوعات معينة يصعب عزل تأثير المستوى الثقافى أو التعليمى او ما يتوافر لدى الفرد من خبرات فى هذا المجال .

وقد دأبت العـــديد من الدراسات والبحوث الاعلامية الحديث عن تأثير أجهزة الاتصـــال فى رفع مستوى الطموح الفردى ، وفى تشكيـــل الشخصية الحركية ، وزيادة الوعى الفردى بالحقـــوق ودفع الأفـــراد للمشاركة وزيادة رغبتهم فى العمل والانجاز .. الخ . واعتمدوا فى استخلاص هذه النتائج على مؤشر معدلات تعرض الفرد لأجهزة الاتصال فكلما زادت معدلات تعرض الفرد مثلا لهذه الأجهزة زادت درجة طموحه ورغبته فى الانجاز والمعرفة .. الخ . وهـــو مؤشر مضلل ليس فقط بسبب أن التعرض فى حد ذاته لا يعنى الفهـــم والاستيعاب أو التأثر ، ولكن ايضا بسبب أن الحد الادنى المطلوب من المستوى الثقافى والمهارى لدى الفرد للتعامل مع اجهزة الاتصال ، قد يكون هو الأكثر فاعلية وتأثيرا فى هذا المجال من مضامين أجهزة الاتصال .

لقد حدث بالفعل تحسن واضح وملموس فى مستويات وعى القرويين ومعارفهم بالحقوق وبالقضايا المحلية والقومية، وزادت قدرة العديد من الفئات على الاتصال واجراء الحوار وأبداء الرأى فى المسائل المعروضة. ومن المؤكد أن هذا الانفتاح فى شخصية القرويين المعروفة بعزلتها وانغلاقها وجمودها ورفضها لتقبل المستحدثات .. الخ . قد ساهم فى احداثه متغيرات عديدة مثل انتشار التعليم والهجرة والاحتكاك المباشر بالعالم الخارجى من خلال التنقل والترحال بسبب سهولة المواصلات والانخراط فى سلك الجندية .. الخ ولكن فى نفس الوقت لا يمكن نكار اثر وسائل الاتصال فى هذا المجال على الأقل فى تدعيم معارف الأفراد تجاه القضايا الداخلية والخارجية .

وقد تأكد لدينا من خلال الحوار مع العديد من الأفراد بالقرية سواء من افراد العينة او غيرهم حول عدد من القضايا الداخلية والخارجية ، أن الجانب الاكبر منهم لديهم معلومات ومعارف حول مجلس الشعب والمجالس المحلية ، والتنظيمات الحزبيـــة ، ومشكلة الديون ، وتنظيم الأسرة ، وبعقوبة الاعتداء على الأرض الزراعيـــة ســـواء بالتجـــريف أو البنـــاء ، والانتفاضـــة الفلسطينيـــة ، وهجرة اليهود السوفيت الى اسرائيـــل ، والتصـــالح بين مصر وليبيـــا ، ومجلس التعـــاون العربى ، مما يشـــير الى الدور الواضح الذى تلعبـــه أجهزة الاتصال فى تدعيم وعى الأفراد ومعارفهم بهذه الجوانب. ومع ذلك نعود لتـــأكيد أن مستوى دقـــة وعمق هذه المعـــارف لدى هؤلاء الأفراد ، يرتبط الى حد كبير بمستويات التعليم والمهنة ، ومعدلات تنقل الفرد من داخل وخارج القرية ، ومدى كثافة اتصالاته الشخصية .. الخ فقد تدنى

مثلا مستوى المعرفة بهذه الجوانب لدى الأفراد من ذوى المستويات الثقافية الدنيا والذين لم يعملوا خارج القرية ، أو يحظوا بفرصة السفر للعمل بالخارج وبدا واضحا علىهؤلاء الأفراد خوفهم وترددهم فيالحوار معنا ، رغم اقرارهم بتعرضهم لوسيلة من وسائل الاتصال سواء الراديو أو التليفزيون أو الاثنين معا

وفى المقابل تلاحظ ان بعض الأفراد ايضـــا من ذوى المستويات الثقافية الدنيا ويمتهنون العمل الزراعى ، ولكن خبروا تجربة السفر والعمل بالأردن أو العراق لمدد تتراوح بين سنتين أو ثلاث سنوات ، أظهروا درجة افضل نسبيا فى الحوار ، وفى مستوى معارفهمبالقضايا المطروحة للحوار مما يشير الى أن معارف الفرد بالقضايا القومية لا تتحدد فقط من خلال أجهزة الاعلام ولكن توجد عناصر أخرى تلعب دورها فى هذا المجال يأتى على رأسها الاتصال الشخصى والتجربة الذاتية ، والتعليم وغيرها .

بيد أن الحكم على تأثير وسائلالاتصال على الفرد قياسا على مستوى المعارف لديه حـــول القضايا القومية أو الوعى ببعض التنظيمات والأحـــداث السياسية ، قد يبدو مضللا ايضا ، ذلك ان جانبا كبيرا من هذه المعارف يأتى عبر اجهزة الاتصال من خلال البرامج الاخبارية والثقافية التى تقدمها أجهزة الاتصال وهذه النوعية من البرامج لا تتمتع بتأثير كاف لدى قطاع واسع من القرويين اما بسبب سيادة النظرة الترفيهية لدى القرويين حول هذه الأجهزة وطريقة استخدامهم لها أو توقعاتهم منها على النحو المشار اليه من قبل ، أو بسبب سطحية وشكلية المعارف التى تقدمها هـــذه البرامج على الأقل بفعل العوامل الفنية وعمليات الانتاج الجماهيرى السريع لأجهزة الاتصال . فى حين يبقى بعد ذلك التأثير البالغ والتراكمى الذى تلعبه المضامين الترفيهية والتجارية والدينية فى تحديد رؤى وتصورات الأفراد حول مختلف جوانب الحياة الاجتماعية وما تقوم عليه من علاقات وتفاعلات ، وهى الرؤى والتصورات ، التى تعـــد بمثابة مخزون معرفى ، يوجه الفرد ، بصورة عاجلة أو آجلة ، مباشرة أو غير مباشرة فى تعاملاته مع الآخرين وممارسة شئون حياته اليومية ، ورؤيته للعالم من حوله بصفة عامة .

الفصل الثامن

حصاد النتائج وتوقعات المستقبل

الفصل الثامن

حصـاد النتائج وتوقعات المسـتقبل

حاول هذا العمل بحث العلاقة بين الاتصال والثقافة المحلية والوقوف على حقيقة التغييرات الثقافيـة التى ترتبت على دخول تكنولوجيـا الاتصال الحديثة الى القرية المصرية.وقد اتجه العمل بداية بغية تعميق الرؤية النظرية للبحث الى استعراض ومناقشة بعض القضايا والاشكاليات النظرية المرتبطة بمفهوم الاتصال والثقافة ، حيث جرىبداية تسليط الضوء على مفهومالاتصال وخصائصه وأنماطه وكيفيةدراسة عملياتالاتصال فىالواقع المحلى باستخدام فكرة النموذج ، وكذا تعميق الفهم حول مفهوم تكنولوجيا الاتصال ، وطبيعة هذه التكنولوجيا ومدلولاتها الثقافية ، وطريقة توظيفها فى المجتمعات الناميـة والمحددات الفاعلة فى تأثير الاتصال فى هذه المجتمعات.وعلىالطرف المقابل ، جرى تسليط الضوء، علىمفهوم الثقافة وأبعادها وطبيعةالعلاقة بين الثقافة والاتصال ، ودور الأخير فى مجال الترويج الثقافى وتركزت المناقشة فى هـذا الجانب تحديدا على القضـايا المتعلقة بتأثير الثقـافات الوافده عبر تقنيات الاتصال الحديثة على الثقافة المحلية .

وانطلاقا منذلك ، جرى تحديد اهداف البحث وتساؤلاته وقد دارت هذه التساؤلات حول المكونات الراهنة لبنية الاتصال فى القرية المصرية ، ومدى تأثير دخول اجهزة الاتصال الحديثة الى القرية على انماط الاتصال التقليدية بها، وحقيقة التأثيرات الثقافية المتبادلة بينأجهزة الاتصال الحديثة والثقافة المحلية وعلى ضوء التساؤلات والرؤية النظرية الموجهـة للبحث والتى ترى أن فهـم العلاقة بين الاتصـال والثقافة المحلية لا يتسنى مع النظرة الآنية والجزئية والانهماك فى بحث تأثير وسيلة بعينها وتحديد العوامل الوسيطة التى تعوق هذا التأثير على النحو المألوف والمعتاد فى الدراسات الاعلامية حتى الآن . ولكن يمكن أن يتم من خلال النظرة المتكاملة والممتدة لعمليات الاتصال فى مجتمع القرية ، اعتمدت الدراسة المنهج الانثروبولوجى ، والمنهج المقارن واستخدمت فى ذلك الملاحظة والمقابلة المقننة والمناقشات الفردية والجماعية كأدوات لجمع البيانات الميدانية من المنطقة محل الدراسة وهى احدى القرى المصرية .

ويمكن فيما يلى بلورة اهم النتائج التى خلص اليها العمل الميدانى :

(١) حدث تطور واضح فى مكونات بنيـة الاتصال بالقرية المصرية حيث تزايد تغلغل وانتشار ادوات الاتصـال الحديثة ، وتعددت انواعها ، فأصبحت تشمـل اجهزة التليفزيون والراديو والفيـديو والتسجيل ومكبرات الصـوت

والتليفون . وقد ساعدت هـذه الأدوات وبالذات أجهزة الفيـديو والتسجيل ومكبرات الصـوت والتليفون على تنشيط ودعم قنوات الاتصـال الشخصى بنوعيها الرسمى والشعبى بالقرية واضعاف مركز قنوات الاتصال الجماهيرى المركزى ، كما تتمثل فى التليفزيون والراديو والصحف سواء من حيث درجـة اعتماد القرويين عليها فى تلبية احتياجاتهم الاعلامية ، وتصريف شئون حياتهم اليومية أو سلوك التعامل وكيفية استخدام هذه الأجهزة فى الوقت الراهن .

٢) مع الانتشار الواسـع لأجهزة الاتصال الجماهيرى بالقرية المصرية الا ان الصورة الذهنية لدى القرويين تجاه هذه الأجهزة فى الوقت الحالى غير ايجابية أو مواتية ، حيث تغلب الرؤية الترفيهية لهذه الأجهزة ، فالراديـو لم يعد وسيلة لمعرفة أخبار الدنيا « وانما اصبح وسيلة لسماع القرآن الكريم والاغانى ، كما ان التليفزيون وسيلة للراحة والمتعة والانبساط منخلال مشاهدة المسلسلات والأفلام ، والصحيفة لمتعد أداة للتثقيف ولكنللتسليه وشغلوقت الفراغ وتتبع اخبار المباريات والحوادث فى المقام الأول ، ويأتى تغليب هـذه الرؤى كرد فعل منجانبالقرويين لابتعاد جلمضمون هذه الأجهزه عن الاهتمام بقضايا وهموم سكان القطاع الريفى ، من ناحية ، وروتينية المضامين الاخبارية والتثقيفية التى تثيرها هذه الأجهزة من ناحية أخرى .

٣ — لا يزال الراديو يحتل مكـانة متميزة بين اجهزة الاتصال بالقرية حيث اختفت تماما نسبة عدم الاستماع اليه على الاطلاق بين المبحوثين ولم تتجاوز نسبة الاستماع اليه حسب الظروف » (٢٠٪) فى حين بلغت نسـبة الاستماع اليه بصـفة دائمة (٨٠٪) من اجمـالى أفراد العينـة ، كما أن الجانب الأكبر من المبحوثين (٦٠٪) أوضح أن الراديو « ضرورى جدا » ولم تتجاوز نسبة الاستجابات التى تشير الى عـدم الاهتمـام بالراديو (٤٠٪) من اجمالى المبحوثين . ومع ذلك فأن ضعف دور هذه الوسيلة الاتصالية بالقرية يكمن فى سلوك التعـامل الراهن مع الراديو ، حيث تلاشت ظاهرة التعرض الجمـاعى ومناقشـة مضمون الراديو مع الآخرين كمـا كان الحـال فى الخمسينيات والستينيات فى مقابل تعاظم ظاهرة التعرض الفردى ، كمـا أن الجانب الأكبر من المبحوثين بنسبة (٨٠٪) يستمعون الى الراديو اثناء انخراطهم فى اداء عمل ما ، وهـذا يشير الى سلوك التعرض غير الواعى أو النـاقد لمضمون ما يذاع ، وهو السلوك الذى انعكس فى عـدم تفضـيل أو تمييز القرويين بين المحطات الاذاعية المختلفة حيث اشـار (٦٠٪) منهم الى أن « كلمة ذى بعضه » باستثناء أوقات الأزمات والأحداث الهامة ، حيث يتزايد اقبال القرويين على الاستماع الى الاذاعات الأجنبية .

٤ — على الرغم من ارتفاع معدلات حيـازة أجهزة التليفزيون بالقرية الا ان مكانة وكثافة استخدام هذه الوسيلة الاتصالية اخذ فى التراجع حاليـا بالمقـارنة بحقبتى السبعينيات والثمانينيات ، حيث تظهر البيانات أن ما يقرب

من (٦٠٪) من المبحوثين اما أنهم يتعرضون الى التليفزيون بطريق الصدفة وحسب الظروف ووقت الفراغ أو لا يتعرضون اليه على الاطلاق بسبب المشغولية وضيق الوقت فى حين أن (٤٠٪) فقط من اجمالى المبحوثين بالقرية هم الذين يتعرضون يوميا وبصورة منتظمة الى التليفزيون ، كما أن مدة التعرض تميل الى الانخفاض ، حيث لاتتجاوز هذه المدة ساعة يوميا لدى الغالبية العظمى من المبحوثين فى حين لم تتعد نسبة منيتعرض للتليفزيون لمدة ساعتين أو أكثر (٢٠٪) من اجمالى المبحوثين . والأهم من كل هذا وذاك ، هو ذلك التصور المتنامى لدى قطاع غير قليل من القرويين بأن الفرجة على التليفزيون «حرام» وبلغت نسبة هذا الاقرار (٣٥٪) من اجمالى المبحوثين فى مقابل (٤٥٪) أقروا بأنه حلال ولم يتمكن (٢٠٪) من ابداء الراى أو اصدار حكم فى هذه القضية ، وكان ذلك مؤشرا واضحا لرواج الاستخدام الترفيهى للتليفزيون واقتصار هذا الاستخدام على مشاهدة المسلسلات والافلام والمباريات الرياضية من ناحية ، والموقف العدائى وغير الايجابى المتنامى لدى القرويين تجاه بعض ممارسات التليفزيون من ناحية اخرى .

٥ — مع التحسن الملحوظ الذى طرا على مركز الصحف بالقرية المصرية خلال حقبتى السبعينيات والثمانينيات فى اطار تزايد اعداد المتعلمين بالقرى وتحسن طرق المواصلات واتصال القرويين بالعالم الخارجى ، الا انه فى اطار خلو مضمون الصحف من الأحداث الهامة او الامور المتعلقة بالقرويين وغلو اسعارها ، أخذ هذا المركز فى التراجع والضعف مرة أخرى ، حيث اظهرت البيانات ان درجة تعود القرويين على قراءة الجرائد لا تتجاوز (٢٠٪) من اجمالى المبحوثين القادرين على القراءة . فى حين ان هناك (٣٥٪) يتعرضون لها أحيانا وبالمصادفة ، كما تظهر البيانات اختفاء ظاهرة شراء القرويين لأكثر من جريدة واحدة ، وان وقت الفراغ ، وليس طبيعة المضمون ، هو العنصر الحاكم فى تحديد مدة تعرض قارىء الصحيفة لها ، فاذا ضاق وقتالفراغ قلت مدة القراءة ، أو حتىأهملت تماما، وفى هذا الاطار أوضح (٥٥٪) من اجمالى المبحوثين أن الوقت المستغرق فىقراءتهم للجريدة يتوقف على الوقت المتاح (حسب الظروف) ولم تتجاوز نسبة من اقر بقراءته للجريدة لمدة ساعة او اكثر (٢٠٪) واشار بقية الأفراد (٢٥٪) أن الوقت المستغرق فى قراءتهم للجريدة يتراوح من خمس دقائق ونصف ساعة وهى معدلات لا تكفى سوى للالمام السريع بموضوعات الجريدة وبالتالى تدنى قدراتها التأثيرية .

وقد اظهرالبحثان مركز جرائد المعارضة لا يقل سوءا عن مركز الجرائد القومية أو المجلات الاسبوعية . بيد ان هذا المركز كثيرا ما يطرأ عليه بعض التحسن بين الحين والآخر وذلك فى أوقات الازمات أو وقوع الأحداث الهامة ، حيث يتزايد الاقبال على صحف المعارضة للوقوف على

وجهة النظر غير الرسمية وتتناقل مضامينها بسرعة عبر قنوات الاتصال الشخصى ، ويظل الأمر هكذا متى ظل الحدث ساخنا ، ثم يتلاشى هذا الاقبال بعودة الأمور الى سيرتها الطبيعية ، حيث يقتصر استخدام الأفراد للصحف عندئذ على متابعة أخبار الرياضة أو الالمام السريع ببعض الأحداث الداخلية والخارجية ، والتعرف على برامج الاذاعة والتليفزون والوفيات دون تعرض يذكر للمقالات الافتتاحية أو مضامين الاعمدة الثابتة وغيرها مما يشير الى تدنى المهمه التثقيفية أو التوجيهية للصحف وتنامى الاستخدام الترفيهى لها شأنها فى ذلك شان أجهزة التليفزيون والراديو .

٦ — حدث تحسن ملحوظ فى مركز أجهزة التسجيل فى القرية المصرية حيث وصلت معدلات حيازه هذه الأجهزة (٥٥٪) من اجمالى المبحوثين بالقرية وأن هناك (٣٥٪) من اجمالى المبحوثين يتعرضون لهذه الأجهزة بصفة دائمة ومنتظمة و (٦٠٪) أحيانا فى حين لم تتجاوز نسبة من أقر بعدم تعرضه لأجهزة التسجيل (٥٪) فقط من اجمالى المبحوثين بقرية البحث . وتأتى شرائط الأغانى فى المرتبة الأولى من حيث تفضلات المبحوثين ، ويلى ذلك الشرائط الدينية وبالذات شرائط القرآن الكريم ، وفى المرتبة الثالثة ، تأتى شرائط المواويل الشعبية التى تحكى قصص ومأثورات شعبية ، واظهر البحث أن تحسن مركز أجهزة التسجيل ، وتزايد الاقبال عليها بين القرويين لم يسحب أية أعداد من جمهور الراديو ، وان تأثيره انحصر فقط فىتقليل معدلات الاستخدام الترفيهىللراديو وتعديل حجم وتوقيت التعرض للبرامج الاذاعية .

٧ — تزايد تواجد اجهزة الفيديو بالقرية ، حيث بلغ عدد حائزو هذه الأجهزة (٣٠) فردا ينتمى معظمهم الى فئات الموظفين والمهنيين والحرفيين الذين عملوا بالخارج ، بيد أن أثر هذه الاجهزة يمتد ليشمل قطاع أوسع حيث عادة ما تأخذ مشاهدة الفيديو طابعا جماعيا ، حيث يدعى الاقارب والاصدقاء والجيران ، واظهرت المشاهدات الواقعية أن بعض حائزى هذه الاجهزة بالقرية لديهم جهاز ارسال (هوائى) يستخدم فى نقل الفيلم المعروض بالفيديو لكى تستقبله أجهزة التليفزيون فى البيوت الاخرى المجاورة ونتيجة لذلك اقر (٥٪) من اجمالى المبحوثين بأنهم يشاهدون الفيديو بصفة دائمة ، وان (٣٥٪) أحيانا ، وحسب وقت الفراغ فى حين ذكر (٦٠٪) أنهم لا يشاهدون الفيديو وقدموا فى ذلك مبررات تتعلق بضيق الوقت وعدم الفراغ فى المقام الأول بما يعنى استعدادهم لمشاهدة الفيديو اذا توفر الوقت رغم ميل الكثير منهم الى تحريم مشاهدة الفيديو أو وصف رواده بالابتزال والتفاهة مما يكشف عن ازدواجية واضحة فى هذا المجال واظهر المبحوثون تفضيلا واضحا لمشاهدة الافلام الهندية وبلغت نسبة هذا التفضيل (٦٨٫٧٥٪) من اجمالى عدد الافراد الذين اقروا بمشاهدة الفيديو ، فى حين لم تتجاوز نسبة تفضيل الافلام المصرية أو الافلام الاجنبية الاخرى عن (٢٥٪) و (٦٫٢٥٪) على الترتيب ، هذا ولم يظهر

البحث اية تأثير لتزايد تواجد اجهزة الفيديو على حجم وسلوك تعرض القرويين لأجهزة التليفزيون .

٨ — راجت فى الآونة الأخيرة بالقرية أجهزة مكبرات الصوت ، وتعددت مجالات استخدام هذه الاجهزة فى الاتصال بالقرية ، حيث لا يقتصر استخدامها على رفع الآذان فى مواقيتها ونقل شعائر الصلاة وبالذات خطبة الجمعة فى المساجد ، ولكن ايضا فى اذاعة الاخبار والاحداث الهامة التى تقع فى البلد مثل الاعلان عن وفاة احد الاشخاص ، أو موعد تشييع الجنازة أو غياب احد الأطفال ، أو فقدان بعض الأشياء ، كما تستخدم قنوات الاتصال الشخصى الرسمى بالقرية مكبرات الصوت فى اذاعة التعليمات والنصائح والارشادات التى تريد توصيلها الى اهالى القرية ، فضلا عن الاستخدام التجارى لها ، وينصت أهالى القرية الى مايذاع عبر هذه الأداة باهتمام بالغ نتيجة لارتباطه مباشرة بأمور حياتهم اليومية ، مما يشير الى الدور الهام الذى أصبحت تلعبه مكبرات الصوت كاحد اعمدة مكونات بناء الاتصال فى القرية التى يمكن استخدامها بكفاءة فى احداث التغيير بالقرية .

٩ — تزايد انتشار اجهزة التليفون بالقرية ، بيد أن البيانات الواقعية تشير الى انعدام فاعلية تواجد هذه الاجهزة فى تداول المعلومات بين الأفراد داخل القرية ، وقد مال المبحوثون فى استجاباتهم حول دواعى حيازتهم لجهاز التليفون الى ترديد استجابات مثل : « اهو فخرة ومنظرة » « ذىذى غيرى » ، « قلنا اهم خمسين جنيه ونبقى من أولاد الذوات » الى غيرها من الاستجابات التى تكشف عن استمرارية تدنى حاجة هؤلاء الافراد الى هذه الوسيلة الاتصالية ، واقتصار رؤيتهم لها على اعتبار أنها وسيلة لاضفاء المكانة والتفاخر على حائزيها بالقرية .

١٠ — اثر دخول وانتشار أجهزة الاتصال الحديثة فى مجتمع القرية على أنماط الاتصال التقليدية بها ، وتلاحظ أن هذا التأثير يميل ناحية التفرد وفك الترابط واللقاءات الجماعية ، واضعاف اتصال المشاركة بصفة عامة والتى كانت تميز هذه الأنماط ، وفى هذا الاطار اختفت لقاءات «المصطبة» وتقلص دور دوار العمدة ، كأحد أهم مواقع الاتصال التقليدية بالقرية ، وكذا دور المقهى كموقع لعقد اللقاءات واجراء الاتصالا ت وتبادل الآراء والمعلومات ، وعلى نفس المنوال ، تقلص دور الجمعية التعاونية الزراعية وكذا الوحدة الصحية باعتبارهما مواقع لمؤسسات خدمية بالقرية كان يرتادها القروى للحصول على المعلومات فى المجالات المختلفة ، بعد أن أصبح ما لدى هذه الاماكن كجهات اتصال رسمية من معلومات يصل عبر مختلف وسائل الاتصال الجماهيرى ، أو مكبرات الصوت مما خفض من اعداد رواد هذه الاماكن واقتصر التردد عليها حاليا على قضاء المصلحة

المباشرة فقط كما اختفت وظيفة « منساد القرية » بعد انتشار اجهزة مكبرات الصوت وتبين أن التغيير الجديد ، لم يكن فى صالح فاعلية العملية الاتصالية حيث ان وظيفة هذا الشخص لم تكن تقتصر فقط على اذاعة المعلومة بصوت جهورى يسمعه أهالى القرية كما تؤديه حاليا مكبرات الصوت ولكن فى اجراء حوار مع الاهالى والرد على استفساراتهم وتساؤلاتهم وهو ما لا يحدث حاليا مع الشكل الاتصالى الجديد ، مما يؤكد ما سبق أن أشرنا اليه من اتجاه تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة فى القرية ناحية تفتيت إتصال المشاركة التقليدى بالقرية ..

كما اثرت تكنولوجيا الاتصال الحديثة وبالذات اشرطة التسجيل على الوان مختلفة من الفلكلور الشعبى مثل المواويل الشعبية وحلقات الذكر والإنشاد الدينى « الحضرة » التى كانت تقام بصورة منتظمة فى البيوت بالتبادل بين الافراد حتى اواخر الستينيات وبصورة غير منتظمة خلال حقبة السبعينيات ، وأصبح من السهل حاليا الاستغناء عن طرق الغناء والرقص والمطرب الشعبى لاحياءليالى الافراح والموالد والمناسبات مع كثرة شرائط التسجيل الخاصة بهذه المناسباتو اتجاه التأثير هنا يسير ناحية القضاء على مجالات الإبداع الشعبى التلقائى فى هذه الالوان من الاتصال .

٥ / ١ / ١ ـ أحدث دخول وانتشار تكنولوجيا الاتصال الحديثة فى مجتمع القرية مجموعة من التأثيرات الثقافية الواضحة فى هذا المجتمع يمكن رصدها على ثلاثة مستويات اساسية وهى :

١) مجتمع القرية :

أثرت تكنولوجيا الاتصال الحديثة فى الشكل المعمارى للقرية ، وكان ابرز مجالات التأثير وضوحا فى هذا الجانب ، اختفاء « المصطبة » من بيوت القرويين ، ودفع الأفراد الى التفكير فى نمط بناء البيت ليأخذ الطراز الحديث حيث يستخدم الطوب الأحمر والاعمدة والأسقف الخرسانية بدلا من الشكل التقليدى المعروف حيث تقام البيوت بالطوب اللبن وترصع الاسقف بسعف النخيل ، وعدم الاهتمام ببناء « المأذنة » فى المساجد المقامة حديثا ، والتى كانت تشكل احد ملامح الطراز المعمارى الاسلامى فى بناء المساجد ، وذلك نتيجة لتقلص وظيفتها بعد دخول مكبرات الصوت . ولم يظهر البحث اية تأثيرات واضحة لتواجد تكنولوجيا الاتصال الحديثة بالقرية على معدلات الانتاج وان اقصى ما يمكن اقراره فى هذا الجانب هو ان بعض القرويين ، عدلوا من مواعيد عملهم ونشاطهم اليومى ليتفق مع مواعيد بعض البرامج وبالذات مسلسلات التليفزيون أو المباريات الرياضية دون تأثير واضح على حجم ومعدلات الانتاجية ونشاط العمل اليومى المعتاد . كما لم يظهر البحث اية علاقة واضحة بين تكنولوجيا الاتصال واحوال سوق العمل

التى تشهد اختلالا واضحا فى القرية ، واقتصر دور هذه التكنولوجيا على تدعيم الاتجاه للعمل فى أكثر من مهنـــة و قبول العمل فى أى « حاجة تكسب » وخلص البحث بصفة عامة فى هــذا الجانب الى ان ظروفا موضوعية اخرى هى الأكثر تأثيرا فى الجوانب المتعلقــة بقضايا الانتاج ، وسوق العمل ، والحراك المهنى بلقرية ، وأن تأثيرات أدوات الاتصال فى هذه الجوانب تعد طفيفة للغاية وغير منظورة وتقتصر على الجانب التدعيمى لما يموج به الواقع من متغيرات مختلفة .

وكان المجال الأكثر تأثيرا بفعل دخول ادوات الاتصال الحديثة الى مجتمع القرية ، هو المتعلق ببناء القوة والنفوذ داخــل القرية ، حيث ساهمت هــذه الادوات بصورة ملحوظةفىتدهور مكانة ونفوذ شخصياتهامة ظلت تلعبدورا تاريخيا فى تقرير مجريات الأمور داخل القرية . منها : العمدة ، وشيخ البلد ، وكبار الحائزين وملاك الأرض وموظفى الجمعية الزراعية وناظر المدرسة ، وامام المسجد وكبار السن والعائلات باعتبارهم من كبار قيادات الرأى والمكانة داخل القرية ، وذلك من خلال فك احتكار هذه الشخصيات للمعلومات حيث كان يشكل احتكارهم لها احــد عناصر نفوذهم ومكانتهم بالقرية ، وبفضل اجهزة الاتصال أصبحت المعلومات متاحة لقطاع واسع من الأفراد ، ومع المعلومات تزايد وعى الأفراد ومعارفهم بأمور عديدة وأصبحوا اكثر قدرة على المناقشة وابداء الآراء من ذى قبل بفعل تنقلاتهم وتعرضهم المستمر لمضامين أجهزة الاتصال .

ب) مستوى الأســــرة :

تحددت اهم وابرز تأثيرات الاتصال فى هذا المستوى فيما يلى :

١ ــ اثرت اجهزة الاتصال الحديثة بفاعلية فى تدعيم التحول فى بنــاء الأسرة الريفية من الأسرة الممتدة الى الأسرة النووية . كما ساهمت فىتخفيض حجم المنازعات والخلافات التى كانت تقع سواء بين اعضاء العائلة الواحدة او بينهم وبين الجيرانأو غيرهم من سكان القرية .

٢) ساعدت اجهزة الاتصال وبالذات الراديو والتليفزيون فى تدعيم مكانة المرأة الريفية وتعزيز دورها داخل الأسرة ، والنهوض بمسئوليتها وبالذاتفى السنوات الأخيرة ، التى شهــدت تدهور ملحوظ فى سلطة رجــل البيت الغائب باستمرار عن البيت بسبب الانهماك فى العمل وفى أكثر من مهنة او بالهجرة للعمل بالخارج . وقد اظهر الحوار مع المبحوثات مناعضاء العينة أنالجانب الأكبر منهن (٥٦ ٪) رغم انهن غير متعلمات الا أن لديهن معرفة واسعة بتنظيم الأسرة وشعاراتها واسماء الكثير من الممثلات والمذيعات ، واظهرن قدرة واضحةعلى الحوار وابداء الرأى ، مما يشير الى الارتفاع الملحوظ فى مستويات الوعى لديهن ، ودور اجهزة الاتصال فى هذا المجال .

٣) تؤثر اجهزة الاتصال بفاعلية فى مجال تنشئة الطفل القروى وبالذات مع

تراجع دور الأسرة ، والمؤسسة التعليمية فى عملية التنشئة لمـا يحيط بهما من مشكلات ، وأظهر البحث فى هـذا المجال ، ان الاطفال صغار السن والصبية يكتسبوا الكثير من العادات السلوكية والالفاظ اللغوية تميل فى جانبها الأكبر الى النمط الحضرى وتأخذ طابعا اكثر تحررا فى العلاقات الاجتماعية وبالذات العلاقة بين الولد والبنت على النحـو الذى تروج له اجهزة الاعلام ويبتعـد كثيرا عن العادات والتقاليد الريفية .

٤ — لعبت أجهزة الاتصال دورا كبيرا فى مجال تحول الانماط الاستهلاكية والعادات الغذائية للأسرة الريفية وعرف الفلاح المصرى من خلال الأجهزة وبالذات اعلاناتها التجارية الكثير من المشروبات والأطعمة والمقتنيات لم يكن يألفها او معتاد عليها من قبل .

جـ) المستوى الفـــردى : .

اظهر البحث فى هذا المستوى أن هناك تحسن واضح وملحوظ فى مستويات وعى القرويين ومعارفهم بالحقوق وبالقضايا المحلية والقومية ، وارتفاع قدرة العديد من الفئات فى القرية على الاتصال واجراء الحوار وابداء الرأى فى المسائل المعروضة . وخلص البحث فى هذا الجانب الى ان اجهزة الاتصال ساهمت مع متغيرات اخرى هامة كالتعليم والهجرة والاحتكاك المباشر بالعالم الخارجى . الخ فى هذا الانفتاح فى شخصية القرويين .

١٢ — يتكون بنـاء الاتصال الحالى فى القرية المصرية من ثلاثة مكونات اساسية : **قنوات الاتصال الجماهيرى (المركزية والمحلية)** ومركزها بالغ الضعف والسوء ، سواء من حيث الصورة الذهنية ، أو درجة اعتماد القرويين عليها فى تصريف شئون حياتهم اليومية أو تلبية احتياجاتهم الاعلامية باستثناء الاحتياج الترفيهى . **وقنوات الاتصال الشخصى الرسمى** ، وقـد تقلص دورها وفاعليتها بفعل متغيرات عديدة شهدتها القرية المصرية فى الحقب الأخيرة (كالتعليم والانفتاح والهجرة وأدوات الاتصال) فضـلا عن أن الصورة الذهنية والمكانة التى كان يحظى بها القائمون بالاتصال فى هذه القنوات لم تعد ايجابية وراسخة ، كما كان الحال من قبل ؛ **وقنوات الاتصال الشخصى الطبيعى أو العادى بين الافراد ،** وهذه اصبحت اكثر نشاطا وحيوية بالقرية بتحسن قدرات العديد من الأفراد على الاتصال ، بفعل التغيرات الموضوعية التى شهدتها القرية المصرية . وتتسم العلاقة بين المكونات الثلاثة بالضعف وعدم التجانس وتسير ناحية التباعد والانفصال . مما يجعل النظام الاتصالى بالقرية مترهل وعاجز وعرضة للاختراق سواء من خلال البث الأجنبى المباشر ، أو ترويج الشائعات والأقاويل والدعاية المغرضة والمثيرة للحقد والفتن من خلال قنوات الاتصال الشخصى الطبيعى التى أصبح لها السيادة فى بناء الاتصال الراهن بالقرية .

١٣ ـــ على ضوء المعطيات السابقة وما توصل اليه هذا البحث من حقائق يمكن تصور مستقبل النظام الاتصالى فى القرية المصرية ، وفقا للسيناريوهات التاليـــــــة :

أ) فى حالة استمرارية الأوضاع الراهنة ، فان الهوة بين مكونات بنيـة الاتصال الحالية تتجه نحو المزيد من التباعد والانفصال ، مما يدفع القرويين فى اتجاه اقامة نظامهم الاتصالى الخاص والمستقل عن نظام الاتصال الرسمى بقنواته الجماهيرية والشخصية وذلك بمساعدة تكنولوجيا الاتصال الصغيرة .

ب) فى حالة ادخال بعض التحسينات على اداء قنوات الاتصال الجماهيرى بادخال تحسين على برامجها وزيادة حيز اهتمامها بالقطاع الريفى، مع استمرارية الظروف الموضوعية الراهنــة بجوانبها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية دون التدخل ببرنامج تنموى طموح يستهدف تغييرها الى الأفضل ولصـــالح اعادة بناء القرية المصرية ، فان النظام الاتصالى سيظل عاجزا وقاصرا عن تلبية الاحتياجات الاعلامية للقرويين كما هو الوضع القائم حاليا .

جـ) فى حالة تنفيذ برنامج تنموى متكامل وغير متحيز يتصدى فى الأساس للقضايا والمشكلات الحقيقية التى تعانى منها القرية المصرية، ويأخذ فى الاعتبار مصالح واهتمامات الغالبية المنتجة بالقرية ، واقامة نسق للاتصال الجماهيرى المحلى (صحافة ، اذاعة ، تليفزيون) يعمــل بالتعاون والتنسيق مع قنـــوات الاتصال الشخصى فى اطار خطة التنمية المشار اليها ، فان بناء الاتصال سيعاود تماسكه وتزداد فاعليته فى احداث التغيير بالقرية المصرية بالصورة المنشودة .

قائمة المراجع

أولا : المراجع العربية :

١ — **ابراهيم امام** ، الاعلام والاتصال بالجماهير ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٨١ .

٢ — **ابراهيم السمان** ، تعامل غير متوازن ، مجلة العربى ، مايو ، ١٩٨١

٣ — احمد **ابوزيد** ، **الاتصال** ، عالم الفكر ، العدد الثانى ، سبتمبر ، ١٩٨٠ .

٤ — **أحمد بدر** ، الاتصال بالجماهير بين الاعلام والدعاية والتنمية ، الكويت ، وكالة المطبوعات ، ١٩٨٢

٥ — **اريك بارنو** ، الاتصال بالجماهير ، ترجمة صلاح عز الدين وآخرون ، القاهرة ، مكتبة مصر ، ١٩٨٠ .

٦ — **انشراح الشال** ، مدخل فى علم الاجتماع الاعلامى ، القاهرة ، مكتبة نهضة الشرق ، ١٩٨٥

٧ — **انطوان زحلان** ، الشروط الواجب توافرها لمشاركة عربية فى التكنولوجيا المتقدمة ، ندوة التكنولوجيا المتقدمة ، منتدى الفكر العربى ، عمان ١٩٨٦

٨ — **المجلس القومى للثقافة والفنون والآداب والاعلام** ، حول الملامح العامة لاستراتيجية الثقافة ، الدورة الثالثة ، يونيو ، ١٩٨٢ .

٩ — **المجالس القومية المتخصصة** ، تقرير المجلس القومى للثقافة والآداب والاعلام ، الدورة السادسة ، يونيو ، ١٩٨٥

١٠ — **ساميه محمد جابر** ، الاتصال الجماهيرى والمجتمع الحديث ، الاسكندرية دار المعرفة الجامعية ، ١٩٨٤

١١ — **سعد لبيب** ، الأمن الثقافى فى مجال العمل الاذاعى ، مجلة دراسات اعلامية ، اكتوبر / نوفمبر ، ١٩٨٧

١٢ — سمير حسين ، بحوث الاعلام ، الاسس والمبادىء ، القاهرة ، عالم الكتب ، ١٩٧٦

١٣ — **سمير حسين** ، الاعلام والاتصال بالجماهير والرأى العام ، عالم الكتب ، ١٩٨٤

١٤ — **سيد عويس** ، علم الاجتماع فى المجتمعات النامية بين التبعية والاستقلال فى : اشكالية العلوم الاجتماعية فى الوطن العربى ، مؤلف جماعى ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، ١٩٨٤

١٥ — **جلال أمين** ، بعض مظاهر التبعية الفكرية فى الدراسات الاجتماعية فى العالم الثالث ، ندوة اشكالية العلوم الاجتماعية فى الوطن العربى ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، ١٩٨٤

١٦ — **جلال مدبولى** ، الاجتماع الثقافى ، القاهرة ، دار الثقافة للطباعة والنشر ١٩٨٦

١٧ — **جيهان رشتى** ، الأسس العلمية لنظريات الاعلام ، القاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٧٨

١٨ — **حامد عمار** ، بعض محاور الثقافة القومية ، منتدى الفكر العربى ، مارس ١٩٨٦

١٩ — **حامد ربيع** ، فلسفة الدعاية الاسرائيلية ، مركز ابحاث منظمة التحرير الفلسطينية ، بيروت ، ١٩٧٠

٢٠ — **حسن الكاشف** ، تعريف الثقافة ، دراسة ميدانية ، الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الاعلام فى مصر ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، مايو ، ١٩٨٣

٢١ — **حسين حمدى الطوبجى** ، التكنولوجيا والتربية ، الكويت ، دار القلم ، ١٩٧٨

٢٢ — **حسين فوزى النجار** ، الاعلام المعاصر ، سلسلة اقرأ يناير ، ١٩٨٤

٢٣ — **حمدى قنديل** ، الابعاد الدولية لاستخدامات الاقمار الصناعية ، منتدى الفكر العربى ، عمان ، ١٩٨٦

٢٤ — **خالد رشيد** ، الاعلام العربى واقعه وابعاده ومستقبله ، بغداد ، دار الحرية ، ١٩٨١

٢٥ — **خليل صابات** ، وسائل الاعلام نشأتها وتطورها ، القاهرة ، مكتبة الانجلو المصرية ، ١٩٧٦

٢٦ — **ديفيد ويفر وكريستين ادغان** ، نظرة عامة على الاعلام والتنمية ، ترجمة منى الطاهر ، المنظمة العربية للتربية والعلوم والثقافة ، ١٩٨٥

٢٧ — **زيدان عبد الباقى** ، وسائل وأساليب الاتصال ، القاهرة ، دار غريب للطباعة ، ١٩٧٩

٢٨ — **شاهيناز طلعت** ، وسائل الاعلام والتنمية الاجتماعية ، القـــاهرة ، مكتبة الأنجلو المصرية ، ١٩٨٠

٢٩ — **شون ماكبرايد وآخرون** ، تقرير اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال الجزائر ، الشركة الوطنية للنشر والتوزيع ، ١٩٨١

٣٠ — **صلاح عبد المتعال** ، التنمية الثقافيـــة بين اتصال المشاركة والاعـــلام الجماهيرى ، الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الاعلام ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية واجنائية ، مايو ١٩٨٣

٣١ — **صلاح قنصوه** ، مواجهة منهجية لقضية التراث ، الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الاعلام فى مصر ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية مايو ، ١٩٨٣

٣٢ — **طلعت منصور** ، سيكلوجية الاتصال ، عالم الفكر ، المجلد الحادى عشر العددالثـــانى ، سبتمبر ، ١٩٨٠

٣٣ — **طه محمود طه** ، وسائل الاتصال الحديثة ، عالم الغد ، المجلد الحادى عشر ، العدد الثـــانى ، سبتمبر ، ١٩٨١

٣٤ — **عادل حسين** ، الاقتصاد المصرى بين الاستقلال والتبعية ، الجزء الأول والثانى ، ط ٤ ، القاهرة ، دار المستقبل العربى ، ١٩٨٢

٣٥ — **عبد الغفار رشاد** ، دراسات فى الاتصال ، القاهرة ، مكتبة نهضة الشرق ١٩٨٤

٣٦ — **عبد القادر حاتم** ، الاعلام والدعاية ، القاهرة ، الانجلو المصرية ، ١٩٧٢

٣٧ — **عبد الفتاح عبد النبى** ، دور الصحافة فى تغيير القيم الاجتماعية (رسالة دكتوراه) كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٧

٣٨ — **عبد الفتاح عبد النبى** ، الاعـــلام وهجرة المصريين ، القاهرة ، مكتبـــة النهضة المصرية ، ١٩٨٩

٣٩ — **عبدالفتاح عبد النبى** ، سسيولوجيا الخبر الصحفى ، القـــــاهرة ، العربى للنشر والتوزيع ، ١٩٨٩

٤٠ — **عبد الفتاح عبد النبى** ، البحوث الاعلامية فى القرية المصرية ، دراســـة أعدت فى اطار بحث الاعلام ، ومستقبل القرية المصرية ، الذى يجريه المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، (تحت الطبع)

٤١ — **عبد الهادى سويفى** ، دور الدولة فى تنظيم نقـــل التكنولوجيا فى ظل الاقتصاد المختلط ، المؤتمر العلمى السنوى الثامن للاقتصاديين المصريين مايو ١٩٨٣ .

١٢ — **عبد الله الخريجى** ، الضبط الاجتماعى ، دار الشروق ، جده ، المملكة العربية السعودية ، ١٩٧٩ .

٤٣ — **عفيفى عواد** ، العالم العربى والتكنولوجيا ، مجلة الفكر العربى ، العدد ٤٥ ، السنة السابعة ، ١٩٨٧ .

٤٤ — **عواطف عبد الرحمن** ، قضايا التبعية الاعلامية والثقافية فى العالم الثالث، عالم المعرفة ، الكويت ، ١٩٨٤ .

٤٥ — **على فهمى** ، الاعلام والثقافة فى مصر ، الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الاعلام فى مصر ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية الجنائية ، مايو ١٩٨٣ .

٤٦ — **فرج الكامل** ، تأثير وسائل الاتصال ، القاهرة ، دار الفكر العربى ، ١٩٨٥ .

٤٧ — **فرنسيس بال** ، وسائل الاعلام فى الدول النامية ، ترجمة حسين العودات ، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، ادارة الاعلام ، ١٩٨٢ .

٤٨ — فؤاد زكريا ، آراء نقدية فى مشكلات الفكر والثقافة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، ١٩٧٥ .

٤٩ — **فؤاد زكريا وشاكر مصطفى** ، الثقافة العربية والاعتماد على الذات ، المعهد العربى للتخطيط ، الكويت ١٩٨٨ .

٥٠ — **فلاح سعيد جبر** ، مشاكل نقل التكنولوجيا ، المؤسسة العربية للدراسات والنشر ، بيروت ، ١٩٧٩ .

٥١ — **كمال المنوفى** ، وسائل الاعلام الصغيرة ، وحياة المصريين فى القرى ، المجلة الاجتماعية القومية ، سبتمبر ١٩٨٢ .

٥٢ — مجموعة الدراسات والبحوث التى قدمت فى اجتماع خبراء بحوث الاعلام فى الوطن العربى ، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ، القاهرة ، ديسمبر ، ١٩٧٨ .

٥٣ — **مجلس الشورى** ، تقرير لجنة الخدمات عن موضوع نحو سياسة ثقافية للانسان المصرى ، دورة الانعقاد العادى السادس ، ديسمبر ، ١٩٨٥ .

٥٤ — **محمد أحمد خلف الله** ، الدين كركيزة للثقافة العربية ، الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الاعلام فى مصر ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، مايو ١٩٨٣ .

٥٥ — **محمد الجوهرى** ، الانثروبولوجيا ، ط ١ ، دار المعارف ، ١٩٨٠ .

٥٦ — **محمد عبد القادر أحمد** ، دور الاعلام فى التنمية ، العراق ، منشورات وزارة الثقافة ، ١٩٨٢ .

٥٧ — **محمود عودة** ، أساليب الاتصال والتغير الاجتماعى ، القاهرة ، مكتبة سعيد رأفت ، جامعة عين شمس ، ١٩٨٣ .

٥٨ — **مختار الصحاح** ، مكتبة مصطفى الباب الحلبى ، القاهرة ، ١٩٥٠ .

٥٩ — **منتدى الفكر العربى** ، القمر الصناعى العربى ، بين مشكلات الأرض وامكانات الفضاء ، عمان ، ١٩٨٦

٦٠ — **نادية سالم** ، الهوة بين وسائل الاتصال والثقافة الشعبية ، الحلقة الدراسية الثالثة لبحوث الاعلام فى مصر ، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية ، مايو ، ١٩٨٣ .

٦١ — **نادية سالم** ، أثر اعلانات الصحافة والتليفزيون على تغيير الذوق المصرى بعد سياسة الانفتاح الاقتصادى ، المؤتمر الدولى التاسع للاحصاء والحسابات العلمية والبحوث الاجتماعية والسكان ، المركز القومى للبحوث ، أبريل ، ١٩٨٤

٦٢ — **نجيب عيسى** ، مشكلة التكنولوجيا فى العالم الثالث ، الفكر العربى ، العدد ٤٥ ، السنة السابعة ، ١٩٨٧ .

٦٣ — **وليام ريفرز وآخرون** ، وسائل الاعلام فى المجتمع الحديث ، ترجمة ابراهيم امام ، دار الفكر العربى ، ١٩٧١

٦٤ — **يوسف مرزوق** ، مدخل الى علم الاتصال ، الاسكندرية ، دار المعرفة الجامعية ، ١٩٨٨

ثانيـا : المراجع الأجنبيـة :

1. ALAN Swinge Wood, The Myth of Mass Culture, Macmillan Press, London, 1979.

2. Ball Pokeach, S. & Defleur ,M., Adependency Model of Mass Media effect's Communication Research, 3. 1976.

3. Berelson B., & Steiner, G., Mass Communication in Human Behaviour. Aninventory of Scientific findings, New York, Harcourt Brace & Worldinc., 1964.

4. Berlo, D., The Process of Communication : an introduction to theory and Practice. Holt, Rineart and Winston, N.Y. 1960.

5. Blumler, J. & Gurrevitch, M., The Political effects of Mass Communication, in Michael Gurevitch & other (eds) Culture, Society and the Media, Methuen, London, 1986.

6. Broddock, R., Extension of the Lasswell Formula, Journal of Communication. 1958.

7. Defleur, M., Theories of Mass Communication, New York, David Mckay, 1975.

8. Deutsh, K., on Communication Models in the Social Sciences, Public opinion Quarterly. 1966.

9. Dewey, J.. Democracy and Education. an introduction to the Philossophy of Education, the Macmillan Company, N.Y., 1954.

10. Donohue, G., Tichenoer, P. & Olien, C.. Mass Media and Knowledge gap, Communication Research. 1975.

11. Elliott, P., Media organization and Occupation an Over View, in James Curran and other (eds) Mass Communication and Society, London, Edard Arnold, 1982.

12. Festinger, L., Theory of Cognitive Dissonance. stanford, Calif. Stanford University Press, 1957.

13. Fiske, J., Introduction to Communication Studies, London, Nethuen, 1982.

14. Gerbner, G.. Toward a General Model of Communication, Audio-Visual Communication Review, 1956.

13. Harik. J., Political Mobilization of Peasant Astady of an Egyptian Community, Indiana University Press, London, 1974.

16. Katz & Lazarsfeld, Personal Influence, Glencoe Free Press. 1955.

17. Klapper, J., The Effects of Mass Communication, New York, Free Press, 1960.

18. Maxweber, the Theory of Social and Economic organization, New York. Oxford University Press, 1947.

19. Nccleod and other, Another Look at the agenda setting function of the Press, Communication Research, 1974.

20. Mccombs. M., & Shaw, D., the agenda setting function of Mass Media, public opinion Quarterly, 1972.

21. Mccombs, M., & Show, D.. Structuring the unseen environment of Communication, Spring, 1976.

22. McQuail & Windahl, Communication Models, Longman, London, 1981.

23. McQuail, D., Towards Asociology of Mass Communication, London, Collier Macmillan, 1980.

24. McQuail, D., Communication, London, N.Y., 1980.

25. Pye, Lucien, Communication and Political Development Princeton, Princeton University Press, 1963.

26. Rogers, E., Communication and Development : The Passing of the Dominant Paradigm, e., Communication Research, 1970.

27. Sereno, K., & Nortensen, & Foundations of Communication Theory, N.Y., Harper & Raw, Pub., 1970.

28. Shannon C., & Weaver, W., the Mathematical Theory of Communication, Urbana University of Illinois Press, 1964.

29. Sorokin, Pitirin Society, Culture and Peronality, Harper & Brothers, N.Y., 1947.

30 Schramm W., Men Messages and Media. N.Y., Harpers & Raw Publishers, 1973.

(٢٧٨١)

المحتـــويات

الموضـــوع | الصـــفحة

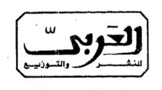
الموضـــــوع	الصـــفحة

رقم الايداع ٧٩٤٧ / ١٩٩٠

ترقيم دولى ٩٠ — ١٠ — ٥٠٤٠ — ٩٧٧

المطبعــة التجــارية الحديثــة
٢٢ شارع ادريس راغب — الظاهر
تليفون ٩٠٣٣٦٤ القاهرة

الغلاف : أحمد اللباد



٦٠ شارع القصر العيني
أمام روزا اليوسف – القاهرة
ت : ٣٥٤٧٥٦٦ – ٣٥٥٤٥٢٩